

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEBERHASILAN USAHA  
MIKRO KECIL BERBASIS EKONOMI KREATIF  
DI KOTA MAKASSAR**

**SKRIPSI**



**NURSALINA**

**PENDIDIKAN EKONOMI  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS NEGERI MAKASSA**

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEBERHASILAN USAHA  
MIKRO KECIL BERBASIS EKONOMI KREATIF  
DI KOTA MAKASSAR**

**SKRIPSI**

*Diajukan Untuk memenuhi Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana  
Pendidikan pada Jurusan Pendidikan Ekonomi  
Universitas Negeri Makassar*

**NURSALINA  
1494043009**

**PENDIDIKAN EKONOMI  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS NEGERI MAKASSAR  
2018**

## HALAMAN PENGESAHAN

Makassar, 3 Maret 2018

Mahasiswa Ybs,



Nursalina

NIM. 1494043009

Disetujui oleh:

Pembimbing I



Muhammad Dinar, SE.M.Si  
NIP. 19591217 198702 1 002

Pembimbing II



Dr. Mustari, S.E.,M.S  
NIP. 19710705 200701 1 1001

Mengetahui,

Ketua Prodi Pendidikan Ekonomi  
Fakultas Ekonomi  
Universitas Negeri Makassar



Muhammad Dinar, S.E.,M.S.  
NIP.19591217 198702 1 002

## PESETUJUAN PEMBIMBING

Persetujuan pembimbing yang ditunjuk berdasarkan Dekan Fakultas  
Ekonomi Universitas Negeri Makassar No. /UN.3622/KM/2018, tanggal  
2018 untuk membimbing Saudara:

Nama : Nursalina  
Nomor Stambuk : 1494043009  
Jurusan : Pendidikan Ekonomi  
Judul Skripsi : Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keberhasilan  
Usaha Mikro Kecil Berbasis Ekonomi Kreatif di  
Kota Makassar.

Menyatakan bahwa skripsi ini telah diperiksa dan dapat diujikan di depan  
Panitia Penguji Skripsi Strata Satu (S1) Fakultas Ekonomi Universitas Negeri  
Makassar.

Makassar, 27 Mei 2018

**Pembimbing I**



**Muhammad Dinar, S.E., M.Si**  
NIP. 19591217 1987021 002

**Pembimbing II**



**Dr. Mustari, S.E., M.Si**  
NIP. 1970705 200701 1 1001



### SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan dibawah ini, menerangkan bahwa:

Nama : Nursalina  
Nim : 1494043009  
Tempat/Tanggal Lahi : Toraja 24 September 1996  
Program Studi : Pendidikan Ekonomi  
Judul Skripsi :  
Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keberhasilan  
UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif di Kota  
Makassar.

Dosen Pembimbing:

1. Muhammad Dinar, S.E., M.S
2. Dr. Mustari, S.E., M.Si

Benar Adalah Hasil Karya Sendiri, Bebas Dari Unsur Jiplakan/Plagiat.

Pernyataan Ini Dalam Keadaan Sadar Dan Apabila Kemudian Hari Ditemukan Ketidakbenaran, Maka Saya Bersedia Dituntut Didalam /Diluar Pengadilan Dan Menanggung Segala Resiko Yang Diakibatkannya.

Demikian Surat Pernyataan Ini Saya Buat Sebagai Tanggung Jawab Formal Untuk Di Pergunakan Sebagaimana Mestinya.

Makassar, 27 Mei 2018


Diketahui oleh :

Ketua Prodi Pendidikan Ekonomi

~~Pakultas Ekonomi~~ UNM

  
Muhammad Dinar, S.E., M.S  
Nip. 19591217 198702 1 002

Yang Membuat Pernyataan

  
Nursalina  
NIM. 1494043009

## PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Skripsi ini diajukan oleh Nursalina dengan Nomor Induk Mahasiswa 1494043009, berjudul Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha Mikro Kecil Berbasis Ekonomi Kreatif Di Kota Makassar, telah diterima oleh Panitia Ujian Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar dengan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ekonomi Nomor: 4437/UN.36.22/KM/2018 untuk memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Pendidikan, pada Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar pada hari Selasa, 14 Agustus 2018.

Disahkan oleh :  
Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Negeri Makassar

Dr. H. Muhammad Azis, M.Si  
NIP. 19591231 198601 1 005

### Panitia Ujian :

- |                  |  |         |
|------------------|--|---------|
| 1. Ketua         | : Dr. H. Muhammad Azis, M.Si               | (.....) |
| 2. Wakil Ketua   | : Sahade, S.Pd.,M.Pd                       | (.....) |
| 3. Sekretaris    | : Muhammad Hasan, S.Pd.,M.Pd               | (.....) |
| 4. Pembimbing I  | : Muhammad Dinar, S.E.,M.S                 | (.....) |
| 5. Pembimbing II | : Dr. Mustari, S.,E., M.Si                 | (.....) |
| 6. Penguji I     | : Dr. Tuti Supatminingsih, S.E., M.Si      | (.....) |
| 7. Penguji II    | : Prof. Dr. Ir.H.Ilham Thaief, MM, MBA,IPM | (.....) |

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

*Awali dengan Bissmilahi Rahmair Rahim dan akkhiri dengan Alhamdulillah Rabbilalamin.*

*Kesuksesan adalah buah dari usaha-usaha kecil yang diulang hari demi hari.*

*Rahasia sukses adalah selalu memanfaatkan kesempatan dan peluang yang ada.*

*Yakinlah bahwa jalan hidupmu adalah yang terbaik untukmu, maka hadapilah dengan sikap terbaikmu.*

*Nursalina*

*Ku persembahkan karya ini buat ayahanda dan*

*Ibunda tercinta sebagai wujud baktiku*

*terima kasihku atas do'a, cinta, kasih sayang,*

*perhatian, didikandan pengorbanannya*

*serta buat kakak-kakak dan adikku serta*

*orang-orangyang senantiasa mendo'akanku*

## ABSTRAK

**Nursalina** 2018 “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keberhasilan UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif di Kota Makassar”. Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar. Dibimbing oleh Bapak Muhammad Dinar, S.E.,M.S dan Bapak Dr. Mustari, S.E.,M.Si. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah minat berwirausaha, jaringan, merek, promosi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keberhasilan usaha mikro kecil menengah berbasis ekonomi kreatif di kota Makassar.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan populasi penelitian adalah pelaku UMKM berbasis ekonomi kreatif di kota Makassar. Sampel penelitian 100 orang yang berasal dari populasi. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik observasi, kuesioner, interview, dokumentasi mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha mikro kecil berbasis ekonomi kreatif di kota Makassar. Data penelitian dianalisis menggunakan analisis regresi linear berganda dengan menggunakan program SPSS 24 for windows.

Hasil penelitian ini menunjukan bahwa koefisien minat berwirausaha dengan nilai koefisiennya 0,075, jaringan dengan nilai koefisiennya 0,110, merek dengan nilai koefisiennya, dan promosi dengan nilai koefisiennya 0,211 dengan menggunakan taraf signifikan 0,05 diperoleh F hitung sebesar 3,896 dengan F tabel sebesar 3.890 dengan demikian F hitung > F tabel dengan tingkat signifikan yang diperoleh  $0,006 < 0,05$  sehingga secara bersama-sama minat berwirausaha, jaringan, merek promosi berpengaruh terhadap keberhasilan usaha mikro kecil berbasis ekonomi kreatif di kota Makassar. Sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak ada dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Keberhasilan Usaha Mikro Kecil Berbasis Ekonomi Kreatif.

## **KATA PENGANTAR**

Tiada kata yang paling pantas penulis ucapkan kecuali ucapan syukur kehadirat Allah SWT, atas rahmat dan karunia\_Nya dan keridhonnya sehingga penulis dapat merampungkan skripsi ini dengan judul “Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha Mikro Kecil Berbasis Ekonomi Kreatif di Kota Makassar” sebagai tugas akhir untuk memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar sarjana pendidikan, pada Jurusan Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Makassar.

Dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada kedua orang tua saya. segala pengorbanan yang mereka berikan, limpahan kasih dan sayang yang mereka curahkan, mereka dengan penuh kesabaran memberikan semangat yang sangat luar biasa kepada penulis hingga menempuh detik-detik terakhir dalam menyelesaikan studi hingga saat ini.

Pada kesempatan ini pula, penulis menyampaikan rasa terimakasih kepada berbagai pihak yang telah memberikan bantuan baik berupa bimbingan, motivasi dan saran selama menjalani pendidikan di fakultas ekonomi universitas negeri makassar dan selama proses penulisan skripsi ini, yaitu kepada :

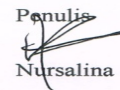
1. Bapak Prof. Dr. H. Husain Syam, M.Tp Rektor Universitas Negeri Makassar.

2. Bapak Dr. H. Muhammad Azis, M.Si Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar.
3. Bapak Muhammad Dinar, S.E., M.S Ketua Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar sekaligus pembimbing I saya yang telah membimbing selama menempuh pendidikan di Universitas Negeri Makassar sampai pada saat ini.
4. Bapak Dr. Mustari S.E.,M.Si selaku pembimbing II yang telah banyak memberikan saran dan masukan kepada penulis selama penyusunan skripsi ini.
5. Ibu Dr. Tuti Supatminingsih.,MS, selaku penanggap II saya yang telah memberikan saran dan masukan yang bermanfaat bagi penulis.
6. Bapak Prof. Dr. Ir. H. Ilham Thaief, MM, MBA, IPM, selaku penanggap II saya yang telah memberikan saran dan masukan yang bermanfaat bagi penulis.
7. Ibu Yulinita Muchtar S.Pd selaku moderator yang setia selalu memimpin jalannya seminar ini.
8. Bapak dan ibu dosen dilingkungan fakultas ekonomi khususnya dosen prodi pendidikan ekonomi, yang telah mendidik penulis selama proses perkuliahan.
9. Bapak A.M Yamin, SE.,MS selaku Administrasi pelayanan terpadu yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian.

10. Bapak Daniel Katto, SE, MM Selaku kepala dinas koperasi dan usaha kecil menengah yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian.
11. Kepada Ayahanda Dolling dan Ibunda Sania, yang dengan penuh kesabaran dan penuh keikhlasan membesarkan, mendidik dan member dukungan moral dan materi serta doa yang tiada henti-hentinya dalam mewujudkan cita-cita penulis.
12. Kepada kakak ku dan adik ku yang membantu dan member dukungan serta doa yang tulus sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan.
13. Sahabat-sahabat penulis dan teman-teman dikampus yang merupakan sumber inspirasi semoga persahabatan ini tetap abadi
14. Kepada rekan-rekan mahasiswa Pendidikan Ekonomi,
15. khususnya angkatan 2014 yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu, yang telah memberikan motivasi kepada penulis sehingga skripsi dapat diselesaikan.
16. Teman-teman KKN-PPM pare-pare tahun 2017, saudara-saudara satu atap saya di Daeng Ruma, yang telah memberikan banyak dukungan dan bantuandalam menyelesaikan skripsi ini serta masih banyak lagi yang tidak sempat penulis cantumkan namanya satu persatu.terimakasih dukungan dan bantuannya.

Sebagai hasil karya dari penulis yang masih banyak kekurangannya terhadap ilmu pengetahuan, skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, karena kesempurnaan hanya milik Allah swt semata, semoga skripsi ini bisa bermanfaat bagi banyak orang, aamiin ya rabb.

Makassar, 27 Juni 2018

Penulis  
  
Nursalina



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>	<b>ii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>x</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian .....	9
D. Manfaat Penelitian .....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
A. Tinjauan pustaka .....	11
B. Kerangka Pikir .....	28
C. Hipotesis .....	30
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Variabel dan Desain Penelitian .....	31
B. Definisi Operasional Variabel.....	34
C. Populasi dan Sampel .....	36
D. Teknik Pengumpulan Data.....	38
E. Instrument Penelitian .....	39
F. Teknik Analisis Data.....	40

#### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Analisis Data .....	44
B. Gambaran Umum Responden .....	45
C. Analisis Regresi Linier Berganda .....	51
D. Pembahasan.....	55

#### **BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	58
B. Saran .....	59

<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>61</b>
----------------------------	-----------

<b>LAMPIRAN.....</b>	
----------------------	--

<b>RIWAYAT HIDUP.....</b>	
---------------------------	--

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1 Kerangka Pikir .....	29
Gambar 2.2 Desain Penelitian.....	33

## **DAFTAR TABEL**

Table 1.1 Alternatif Jawaban Penelitian.....	40
Tabel 1.2 Gambaran Umum Responden .....	44
Table 1.3 Hasil Analisis Regresi Linear .....	50
Table 1.4 Hasil Koefisien Determinasi.....	52

## **BAB 1**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Salah sektor yang menunjang perekonomian di Indonesia berasal dari sektor UMKM karena melalui sektor inilah semua aspek yang engan pola berkaitan dengan pola kehidupan manusia bersumber, mulai dari sektor konsumsi, pangan, fashion, fotografer, kesenian sebagai contoh dalam segi konsumsi, fashion.

Keberhasilan pembangunan identik dengan dengan terciptanya laju pertumbuhan perekonomian dan penyerapan tenaga kerja yang tinggi salah satu sektor riil yang dapat mengurangi tingkat pengangguran adalah usaha mikro kecil dan menengah dan sesuai data populasipada tahun 2017 yang saya dapat dari Dinas Koperasi dan UMKM Sulawesi Selatan terbagi atas tiga bagian, usaha mikro populasinya sebanyak 134.795 adalah usaha milik orang perorangan dan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro.

Usaha Kecil populasinya sebanyak 35.731 adalah usaha ekonomi produktif berdiri sendiri yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki atau dikuasai.usaha menengahpopulasinya sebanyak1,447 adalah usaha ekonomi produktif yang di lakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang berdiri sendiri yang bukan anak perusahaan dan usaha besar populasinya sebanyak 670 adalah.

Pengembangan usaha mikro kecil dan menengah memiliki posisi penting bukan saja dalam penyerapan tenaga kerja dan kesejahteraan masyarakat, dalam banyak hal mereka menjadi perekat dan menstabilkan masalah kesenjangan sosial.

Pada saat observasi awal penelitian ini saya hanya fokuskan pada usaha mikro dan usaha kecil dalam hal ini faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha mikro dan kecil dapat dilihat dari, minat berwirausaha harus mengedepankan keberanian, mampu bertanggung jawab atas usaha yang dijalankan berani mengambil resiko dan mempunyai sikap optimis atas suatu peluang. Mengubah nasib salah satu hal yang bisa mengurangi pengangguran adalah masyarakat harus menciptakan lapangan kerja untuk dirinya sendiri dan bagi orang lain dengan jalan berwirausaha untuk mengurangi pengangguran.

Seorang wirausaha tidak hanya menyediakan pekerjaan bagi dirinya sendiri tetapi juga biasa mengurangi tingkat pengangguran disekitar lingkungannya dengan mempekerjakan orang lain.

Menurut salah satu pengusaha kuliner di pasar segar pengayoman, kota Makassar pada saat saya observasi bahwa keberhasilan suatu usaha tidak hanya untuk kerja keras tetapi juga kekuatan doa. Aspek spraitulitas menjadi bagian penting dalam UMKM.

Karakteristik sifat yang harus dimiliki oleh seorang wirausaha menurut subanar (2001:13) diantaranya memiliki tanggung jawab pribadi, dinamis dan mampu mengantisipasi resiko, ulet dan gigih, bertekad penuh, enerjik dan cerdas.

Keberhasilan usaha mikro dan usaha kecil dapat dilihat dari jaringan, jaringan link itu sangat penting karena semua ketika kita memutuskan menjadi wirausaha kita mau tidak mau berhubungan dengan orang banyak untuk kemajuan usaha. Kerja sama antara dua orang atau lebih yang sama-sama memiliki usaha dengan tujuan menghasilkan laba.

Memiliki jaringan yang sangat luas sangat penting untuk membantu meraih target-target besar yang ditentukan di masa depan dan tanpa jaringan maka sulit untuk meraih suatu keberhasilan usaha karena beberapa orang dalam jaringan suatu usaha akan mendatangkan keuntungan. Keberhasilan UMKM menurut pengusaha UMKM pada saat saya observasi awal adalah jaringan memainkan peran yang sangat signifikan dalam kemajuan usaha.

Keberhasilan usaha mikro dan usaha kecil dapat juga dilihat dari merek adalah bagian penting dalam kegiatan pemasaran. Upaya membangun merek tidak bisa dipisahkan dari persoalan kualitas produk sebagai kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk dan jasa manusia telah ditetapkan pada lingkungan yang memenuhi harapan yang telah ditetapkan.

Peluang usaha pemilik UMKM yang sukses mudah mengenali kebutuhan dan keinginan konsumen dan menjadikanya sebagai sebuah peluang usaha karena salah satu tujuan pemasaran adalah memenuhi kebutuhan pelanggan. Ide-ide kreatif dan menarik perlu dalam membangun sebuah merek dengan cara menambah variasi, ragam, atau tingkat mutu produk sesuai dengan keinginan konsumen.

Keberhasilan usaha mikro dan usaha kecil dapat juga dilihat dari Promosi dapat merubah sikap dan tingkah laku pembeli yang sebelumnya tidak mengenal menjadi mengenal dan ketika konsumen memiliki daya beli maka dengan adanya kesadaran dan mengenal sebuah produk maka calon konsumen akan menjadi pembeli mengingat produk tersebut.

Salah satu media promosi saat ini adalah perkembangan dunia teknologi dan informasi, menjadikan internet sebagai alat komunikasi yang banyak diminati oleh masyarakat, dengan adanya media sosial maka pengusaha UMKM dapat juga memanfaatkan smartphone yang dimiliki sebagai media untuk mempromosikan produknya. Banyak yang kita lihat di sosial media sekarang seperti yang sering kita grup Makassar dagang adalah tempat para wirausaha untuk mempromosikan produknya baik dari hal makanan, fashion dan lain-lain. Dengan promosi dapat mengkomunikasikan dan memberi penjelasan sekaligus meyakinkan calon konsumen mengenai barang dan jasa mereka. Tujuan utama adalah memperoleh perhatian, mengingatkan dan meyakinkan calon konsumen.



Penggunaan elemen-elemen promosi seperti iklan, promosi penjualan, tenaga penjualan dan hubungan masyarakat diyakini mampu meningkatkan kinerja penjualan sebagai bagian dari program pemasaran terintegrasi (Rahman and Ibrahim,2011). Sosial media pusatnya perkembangan dunia teknologi dan informasi beberapa tahun terakhir, menjadikan internet sebagai alat komunikasi sehingga persaingan dalam hal usaha sekarang semakin berkembang.

Pemerintah memberikan perhatian terhadap setiap usaha rakyat pada usaha mikro kecil dan menengah melalui program bantuan kredit usaha rakyat yang disalurkan melalui lembaga keuangan perbankan yang ditunjuk oleh pemerintah dibawah pengawasan bank Indonesia. Program penciptaan wirausaha mudah oleh beberapa instansi pemerintah dan swasta yang berkembang saat ini perlu mendapatkan perhatian dan dukungan penuh dari pemerintah dari berbagai segi sebagaimana yang tercantum didalam undang-undang nomor 20 tahun 2008.

Pengembangan usaha mikro kecil dan menengah memiliki posisi penting bukan saja dalam penyerapan tenaga kerja dan kesejahteraan masyarakat didaerah dalam banyak hal mereka menjadi perdikat dan menstabilkan masalah kesenjangan sosial. Usaha mikro kecil dan menengah adalah sasaran utama pembangunan yang dilandasi komitmen dan kordinasi yang baik antara pemerintah, pebisnis dan lembaga non bisnis serta masyarakat setempat dengan menerapkan strategi agresis yang berbasis pada ekonomi jaringan (kemitraan pengembangan usaha mikro kecil dan menengah keseluruhan dengan cara memberi dukungan positi terhadap pengembangan usaha

sumber daya manusia misalnya dengan pelatihan kewirausahaan teknologi informasi, akses pendanaan serta pemasaran, perluasan pasar ekspor merupakan indikator keberhasilan membangun iklim usaha yang berbasis kerakyataan.

Adapun unsur lingkungan bisnis kondusif yang perlu menjadi perhatian meliputi ketersediaan modal, infrastruktur dan fasilitasnya, ketersediaan layanan bisnis, lembaga lingkungan pendukung pembangunan daerah dan kualitas pengelolaan sektor publik.

Ekonomi kreatif sebagai wujud dari upaya mencari pembangunan yang berkelanjutan melalui kreativitas, yang mana pembangunan berkelanjutan adalah suatu iklim perekonomian yang berdaya saing dan memiliki cadangan sumber daya yang terbarukan.

Ekonomi kreatif dapat dikatakan sebagai suatu system transaksi penawaran dan permintaan yang bersumber pada kegiatan ekonomi yang digerakan oleh sektor industri yang disebut industri kreatif. Oleh karena itu industri kreatif merupakan bagian yang tak terpisahkan dari ekonomi kreatif. Industri kreatif adalah industri yang berasal dari pemanfaatan kreatifitas, keterampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan melalui penciptaan dan pemanfaatan daya kreasi dan daya cipta industri tersebut.

Kepala Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) RI, Triwan Munaf secara resmi membuka even Makassar International Eight Festival and Forum (F8) dan Indonesia Creative Cities Conference (ICCC) 2017 di Panggung City of Makassar. Dalam

sambutanya Triwan memuji ide gagasan wali Kota Makassar, Moh Ramdhan “Danny” Pomanta yang dituangkan dalam program inovasi berbentuk festival spektakuler menghadirkan puluhan perwakilan negara-negara di dunia.

Menurut Kepala Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) RI, Triwan Munaf beberapa festival besar diselenggarakan di kota/kabupaten lainya di Indonesia tidak seperti Kota Makassar dan perekonomian kebangsaan saat ini Makassar berhasil meningkatkan pertumbuhan ekonomi hingga 7,9%, capaian tertinggi di dunia” peran pemerintah dalam perkembangan ekonomi kreatif di Kota Makassar sungguh luar biasa. Indonesia menjadi salah satu negara di dunia yang memiliki kinerja ekonomi paling hebat. Tahun 2015 lalu, kita mencatatkan pertumbuhan produk domestik bruto (PDB) 4,79% lebih tinggi dari pada pertumbuhan ekonomi global yang diperkirakan hanya mencapai 2,4% lebih tinggi dari pada pertumbuhan ekonomi global yang diperkirakan hanya mencapai 2,4%. Iklim yang positif tentunya menjadi momen yang tepat bagi pemerintah untuk mengkokohkan fondasi perekonomian terutama pada sektor riil. Salah satu sektor riil yang sangat layak menjadi prioritas adalah ekonomi kreatif. Presiden Joko Widodo optimis bahwa ekonomi kreatif kelak menjadi tulang punggung perekonomian Indonesia. Berbeda dengan sektor lain yang sangat tergantung pada eksploitasi sumber daya alam, kekuatan ekonomi kreatif lebih bertumpu pada keunggulan sumber daya manusia.

Terbentuknya bekraf merupakan optimisme pemerintah bahwa ekonomi kreatif pasti akan menjadi tulang punggung perekonomian nasional. Inilah awal

tonggak baru ekonomi kreatif Indonesia. Maka berdasarkan latar belakang diatas maka pada penelitian ini akan diteliti mengenai “faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha mikro kecil dan menengah berbasis ekonomi kreatif dikota Makassar” dilihat dari faktor kunci keberhasilan UMKM yang berbasis ekonomi kreatif.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut maka penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian mengenai **“Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keberhasilan UMKM berbasis Ekonomi Kreatif di Kota Makassar “**

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas maka dari itu masalah yang akan dirumuskan pada penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Apakah minat berwirausaha mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keberhasilan UMKM berbasis ekonomi kreatif?
2. Apakah jaringan bisnis mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keberhasilan UMKM berbasis ekonomi kreatif?
3. Apakah merek mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keberhasilanUMKM berbasis ekonomi kreatif?
4. Apakah promosi mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keberhasilan UMKM berbasis ekonomi kreatif?

### **C. Tujuan penelitian**

Berdasarkan permasalahan diatas maka tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah :

1. Mengetahui pengaruh minat berwirausaha yang positif dan signifikan terhadap keberhasilan UMKM berbasis ekonomi kreatif.
2. Mengetahui pengaruh jaringan bisnis yang positif dan signifikan terhadap keberhasilan UMKM berbasis ekonomi kreatif.
3. Mengetahui pengaruh merek yang positif dan signifikan terhadap keberhasilan UMKM berbasis ekonomi kreatif.
4. Mengetahui pengaruh promosi yang positif dan signifikan terhadap keberhasilan UMKM berbasis ekonomi kreatif.

### **D. Manfaat penelitian**

Sesuai dengan penelitian ini, maka hasil penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat antara lain:

1. Bagi almamater UNM.

Untuk menambah koleksi karya ilmiah sebagai literatur atau acuan bagi yang ingin memperkaya wawasan mengenai masalah yang dibahas dalam proposal ini.

2. Bagi instansi terkait.

Diharapkan dapat memberi wawasan dan masukan kepada pemerintah selaku penentu kebijakan dalam pengembangan usaha mikro kecil dan menengah berbasis ekonomi kreatif dikota Makassar.

### 3. Bagi Masyarakat

Dapat dipakai sebagai data dasar untuk menentukan keberhasilan usaha mikro kecil berbasis ekonomi kreatif.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PIKIR**

#### **A. TINJAUAN PUSTAKA**

##### **1. Definisi UMKM**

Usaha mikro kecil merupakan kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dengan bidang usaha yang secara mayoritas merupakan kegiatan usaha kecil dan perlu dilindungi untuk mencegah dari persaingan usaha yang tidak sehat.

Peran usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) dipandang cukup memberikan kontribusi yang signifikan kepada perekonomian nasional. UMKM mampu menyerap tenaga kerja dan efektif mengurangi tingkat pengangguran di Indonesia.

##### **1. Karakteristik UMKM di Indonesia**

Sulistiyastuti 2004 menyebutkan ada empat alasan yang menjelaskan posisi strategis UMKM di Indonesia. pertama UMKM tidak memerlukan modal yang besar sebagaimana perusahaan besar sehingga pembentukan usaha ini tidak sesulit usaha besar. Kedua tenaga kerja yang diperlukan untuk menuntut pendidikan formal tertentu. Ketiga sebagian besar berlokasi di pedesaan dan tidak memerlukan infrastruktur sebagaimana perusahaan besar. Keempat UMKM terbukti memiliki ketahanan yang kuat ketika Indonesia dilanda krisis ekonomi.

##### **2. Peranan dan kontribusi UMKM di Indonesia**

Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Indonesia memiliki peranan penting dalam perekonomian nasional terutama dalam kontribusinya terhadap produk

domestic bruto (PDB). Mengingat pentingnya peranan UMKM di bidang ekonomi, sosial dan politik maka saat ini perkembangan UMKM diberi perhatian cukup besar diberbagai dunia.

### 3. Peranan UMKM di bidang ekonomi

Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) mempunyai peranan yang strategis dalam pembangunan ekonomi nasional. Selain berperan dalam pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja UMKM juga berperan dalam pendistribusian hasil-hasil pembangunan. UMKM diharapkan mampu memanfaatkan sumber daya nasional termasuk pemanfaatan tenaga kerja yang sesuai dengan kepentingan rakyat dan mencapai pertumbuhan ekonomi yang maksimum. Rahman 2009 menambahkan UMKM telah menunjukan peranannya dalam penciptaan kesempatan kerja dan sebagai usaha satu sumber penting bagi pertumbuhan produk domestic bruto (PDB). Usaha kecil juga memberikan kontribusi yang tinggi terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia di sektor-sektor industri perdagangan dan transportasi. Sektor ini mempunyai peranan cukup penting dalam penghasilan devisa negara melalui usaha pakaian jadi (garment) barang-barang kerajinan termasuk muebel dan pelayanan bagi turis.

### 4. Peranan UMKM dibidang sosial

Sulistyastuti 2004 berpendapat bahwa UMKM mampu memberikan manfaat sosial yaitu mereduksi ketimpangan pendapatan, terutama di negara-negara berkembang. Peranan usaha kecil tidak hanya menyediakan barang-barang dan jasa bagi konsumen yang berdaya beli rendah tetapi juga bagi konsumen perkotaan lain



yang berdaya beli lebih tinggi. Selain itu usaha kecil juga menyediakan bahan baku atau jasa bagi konsumen yang berdaya beli rendah tetapi juga konsumen perkotaan lain yang berdaya beli lebih tinggi. Selain itu usaha kecil juga menyediakan bahan baku atau jasa bagi usaha menengah dan besar termasuk pemerintah lokal. Tujuan sosial dari UMKM adalah untuk mencapai tingkat kesejahteraan minimum yaitu menjamin kebutuhan dasar rakyat.

Pasal 1 UU Usaha Mikro, Kecil dan Menengah No. 20 Tahun 2008

a. Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro kecil sebagaimana diatur dalam undang-undang.

b. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana yang dimaksud dalam undang-undang ini.

c. Usaha menengah adalah usaha produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.

Berdasarkan kriteria dari masing-masing skala usaha, diatur lebih lanjut dalam dalam pasal 6 UU UMKM No. 20 tahun 2008.

Kriteria usaha mikro adalah sebagai berikut:

- a. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
- b. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah)

Kriteria usaha kecil adalah sebagai berikut:

- a. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan usaha.
- b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 300.000.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah)

Kriteria usaha menengah adalah sebagai berikut:

- a. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 10.000.000.000,00 (sepuluh miliar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan.
- b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 2.500.000.000,00 (dua miliar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 50.000.000.000,00 (lima puluh miliar rupiah).

Dari beberapa konsep tersebut diatas dapat dikatakan bahwa wirausaha (baik perorangan maupun bersama-sama adalah pengelola usaha (business owner manager) atau pelaksanaan usaha (business operator) dari usaha yang berskala mikrokecil dan menengah. Pemberdayaan dan pengembangan usaha mikro kecil dan menengah merupakan upaya yang ditempuh pemerintah untuk mengatasi masalah pengangguran dan kemiskinan. Menurut Rudjito 2003 usaha mikro kecil adalah usaha yang dimiliki dan dijalankan oleh penduduk miskin atau mendekati miskin. Usaha mikro sering disebut dengan usaha rumah tangga.

Berdasarkan undang-undang nomor 30 tahun 2008 tentang usaha mikro kecil dan menengah dalam pasal 3 disebutkan bahwa usaha mikro bertujuan menambahkan dan mengembangkan usahanya dalam rangka membangun perekonomian nasional berdasarkan ekonomi yang berkeadilan. Bentuk usaha mikro kecil menengah berupa perusahaan perorangan, persekutuan seperti misalnya firma dan CV maupun perseroan terbatas, dari persepektif dunia diakui bahwa usaha mikro kecil dan menengah memainkan suatu peran yang sangat vital didalam pembangunan dan pertumbuhan ekonomi tidak hanya negara-negara sedang berkembang tetapi juga dinegara maju.

Di negara maju usaha mikro kecil dan menengah sangat penting tidak hanya kerana kelompok usaha tersebut menyerap paling banyak tenaga kerja dibandingkan usaha besar seperti halnya dinegara sedang berkembang tetapi juga dibanyak negara kontribusinya terhadap pembentukan atau pertumbuhan produk domestic bruto (PDB) paling besar dibandingkan kontribusi dan usaha besar.

## 2. Definisi Keberhasilan Usaha

Pengertian keberhasilan usaha adalah suatu keadaan dimana usaha mengalami peningkatan dari hasil yang sebelumnya. keberhasilan usaha merupakan tujuan utama dari sebuah perusahaan dimana segala aktivitas yang ada didalamnya ditujukan untuk mencapai suatu keberhasilan. Keberhasilan atau kegagalan wirausaha sangat dipengaruhi oleh berbagai faktor baik eksternal maupun internal. Menurut Sujuti Jahja (1997) faktor internal yang berpengaruh yaitu kemauan, kemampuan dan kelemahan. Adapun faktor yang berasal dari eksternal diri pelaku adalah kesempatan atau peluang.

Dalam pengertian umum keberhasilan usaha menunjukan suatu keadaan yang lebih baik atau unggul dari pada masa sebelumnya. hal tersebut selaras dengan pernyataan yang dikemukakan oleh Moch. Kohar Mudzakar 1998 yang menyatakan bahwa keberhasilan usaha adalah suatu keadaan yang menggambarkan lebih dari pada lainnya yang sederajat atau sekelasnya.

Menurut pendapat Moch. Kohar Mudzakar tersebut menjelaskan bahwa suatu usaha dikatakan berhasil apabila memiliki suatu kelebihan dibandingkan dengan periode sebelumnya atau dengan perusahaan sekelasnya. Keberhasilan usaha dapat diukur dari berbagai segi diantaranya dari laba usaha yang berhasil dicapai oleh para pengusaha pada waktu tertentu (Waridah 1992) berhasil tidaknya suatu usaha dapat diketahui dari membesarnya skala usaha yang dimiliki (Dedi hary adi 1998).

Menurut Ina Primiana 2009:49 mengemukakan bahwa keberhasilan usaha adalah permodalan sudah terpenuhi penyaluran yang produktif dan tercapainya tujuan

organisasi. Sedangkan menurut Algifari 2003:118 ia berpendapat bahwa keberhasilan usaha dapat dilihat dari efisiensi proses produksi yang dikelompokkan berdasarkan efisiensi secara ekonomis. Pendapat lain diungkapkan oleh Moch. Kohar Mudzakar dalam Ressa Annya.dari 2011:21b keberhasilan usaha adalah Sesutu keadaan yang menggambarkan lebih dari pada yang lainnya yang sederajat/sekelasnya. Henry Faizal Noor 2007:397 mengemukakan bahwa keberhasilan usaha pada hakikatnya adalah keberhasilan dari bisnis mencapai tujuannya suatu bisnis dikatakan berhasil bila mendapatkan laba karena laba adalah tujuan dari seseorang melakukan bisnis.

Menurut Albert Wijaya dalam Suryana 2011:168 yang mengemukakan bahwa faktor yang merupakan tujuan yang kritis dan menjadi ukuran dari keberhasilan suatu usaha adalah laba.

Menurut Tulus Tambunan 2001:14 faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha dapat diketahui dari dua faktor yaitu faktor internal dan eksternal. Faktor internal diantaranya yaitu kualitas SDM, penguasaan organisasi, struktur organisasi, system manajemen, partisipasi, kultur/budaya bisnis, kekuatan modal, jaringan bisnis dengan pihak luar, dan tingkat entrepreneurship. Faktor eksternal dapat dibagi menjadi dua yaitu pemerintah dan non pemerintah. Faktor pemerintah diantaranya kebijakan ekonomi, birokrat, politik, dan tingkat demokrasi. Faktor non pemerintah yaitu system perekonomian sosia-kultur budaya masyarakat, system pemburuhan dan kondisi pemburuhan, kondisi infrastruktur, tingkat pendidikan masyarakat dan lingkungan global.

Menurut Sutyono 2010:179 berkaitan dengan faktor penentu keberhasilan usaha industri kecil ini hasil penelitiannya menemukan bahwa keberhasilan usaha kecil ditandai oleh inovasi, perilaku mau mengambil resiko. Begitu juga hasil penelitian Murphy dalam sumber yang sama menemukan bahwa keberhasilan usaha kecil disumbangkan oleh kerja keras, dedikasi dan komitmen terhadap pelayanan dan kualitas. Berbagai faktor penentu keberhasilan usaha industri kecil indentifikasi penelitian Luch tersesbut pada dasarnya adalah cerminan dari kemampuan usaha pengetahuan, sikap, dan keterampilan, pengalaman yang relevan, motivasi kerja dan tingkat pendidikan seorang pengusaha. Sehingga dapat diketahui bahwa keberhasilan usaha dapat dipengaruhi oleh kemampuan usaha yang tercermin diantaranya melalui pengetahuan, sikap, dan keterampilan dari pengusaha.

Keberhasilan suatu usaha diindentikan dengan laba atau penambahan material yang dihasilkan oleh pengusaha tetapi pada dasarnya keberhasilan usaha tidak hanya dilihat dari hasil secara fisik tetapi keberhasilan usaha dirasakan oleh pengusaha dapat berupa panggilan atau kepuasan batin.

Kriteria keberhasilan usaha dalam penelitian Riyanti 2003 tentang wirausaha kecil di Singapura menunjukan bahwa dari 85% responden yang menjawab 70% wirausaha menggunakan net laba bersih (profit growth) untuk mengukur keberhasilan usaha diusul oleh laba penjualan (sales revenue growth 61%) laba setelah pajak (return on investment 50%) dan pangsa pasar (market share 48%) selanjutnya 38% dari wirausaha yang menggunakan kriteria keberhasilan laba bersih (net profit growth) berpendapat bahwa prestasi 6-10% pertumbuhan pertahun merupakan

indikator keberhasilan usaha. Untuk mendukung uraian diatas kriteria keberhasilan usaha adalah usaha-usaha yang mengalami peningkatan 25% dari keadaan ketika perusahaan didirikan. Meskipun hanya 25% kerana yang dilihat adalah peningkatan dalam akumulasi modal, jumlah produksi, jumlah pelanggan, perluasaan usaha dan perbaikan fisik maka kriteria tersebut dinilai cukup signifikan sebagai kriteria keberhasilan usaha (Riyanti 2003).

### **3. Ekonomi Kreatif.**

Ekonomi kreatif merupakan gelombang ekonomi baru yang lahir pada awal ke-21. Gelombang ekonomi baru ini mengutamakan intelektual sebagai sebagai kekayaan yang dapat menciptakan uang, kesempatan kerja, pendapatan, dan kesejahteraan.

Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) berperan penting dalam pengembangan ekonomi kreatif. Tercatat saat ini ada 58 juta unit UMKM di Indonesia sampai akhir 2016 ini dengan kontribusi terhadap PDB nasional sebesar 58%. Bank Indonesia (BI) mencatat potensi ekonomi kreatif dari usaha mikro kecil dan menengah (UMKM ) terhadap Produk Domestik Bruto mencapai Rp850 triliun pertahunnya dan mampu menciptakan 15 juta tenaga kerja.

Inti dari ekonomi kreatif terletak pada industri kreatif yaitu industri yang digerakan oleh para kreator dan inovator. (Moelyono 2010:3) rahasia ekonomi kreatif terletak pada kreatifitas dan keinovasian.

Kreativitas adalah berpikir sesuatu yang baru, sedangkan keinovasian adalah melakukan sesuatu yang baru, teknik baru, cara operasional baru. Hakikat kreativitas adalah menciptakan sesuatu dari yang tidak ada atau memperbaharui kembali sesuatu dari yang telah ada atau memperbaharui kembali sesuatu yang telah ada. Dengan kreativitas dikembangkan menjadi inovasi. Ketika inovasi dilakukan disemua ragam fungsi bisnis, maka itulah entrepreneurship. Kreativitas adalah pembentuk inovasi dan inovasi adalah pembentuk entrepreneurship.

Universitas Ciputra Entrepreneurship Center mendefinisikan inovasi sebagai hasil kreativitas dalam ragam aspek bisnis yang disambut pasar atau public (target pasar) harus dapat muncul di seluruh fungsi bisnis (produksi, keuangan, sumber daya manusia, logistik, aliansi, strategis, legal, riset, dan inovasi dan pemasaran) dan satu sama lain menciptakan interaksi strategis sehingga secara keseluruhan menciptakan nilai tambah multiplikatif.

Inovasi selalu membawa perkembangan dan perubahan ekonomi demikian dikatakan oleh Joseph Schumpeter merangsang seseorang untuk berinovasi. Inovasi yang dimaksud bukanlah suatu temuan yang luar biasa tetapi suatu temuan yang menyebabkan berdaya gunanya sumber ekonomi kearah yang lebih produktif.

Menurut departemen perdagangan RI 2008 industri kreatif adalah industri berasal dari pemanfaatan kreatifitas keterampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan dan lapangan pekerjaan dengan menghasilkan dan memberdayakan daya kreasi dan daya cipta individu tersebut.



#### a. Jenis-jenis ekonomi kreatif

##### 1. Periklanan (advertising)

Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan jasa periklanan yakni komunikasi satu arah dengan menggunakan medium tertentu. Meliputi proses kreasi, operasi, dan distribusi dari periklanan, media periklanan luar ruang, produksi material periklanan, promosi dan kampanye relasi publik. Selain itu tampilan periklanan dimedia cetak (surata kabar dan majalah) dan elektronok (telivisi dan radio) pemasangan berbagai poster dan gambar, penyebaran selebaran, pamphlet, edaran, brouser dan media reklame sejenis lainnya, distribusi dan delivery advertising materials or samples, serta penyewaan kolom untuk iklan.

##### 2. Arsitektur

Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan desain bangunan secara menyeluruh baik dari level makro (town planning, urban design, landscape architecture) sampai level makro (detail kontruksi).

##### 3. Pasar barang seni

Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan perdagangan barang-barang asli unik dan langka serta memiliki nilai estetika seni dan sejarah yang tinggi melalui lelang, galeri, toko, pasar swalayan dan internet, meliputi barang-barang music, percetakan, kerajinan, automobile dan film.

##### 4. Kerajinan (craft)

Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi produksi dan distribusi produk yang dibuat atau dihasilkan oleh tenaga pengrajin yang berawal dari desain awal

sampai proses penyelesaian produknya. Antara lain meliputi barang kerajinan yang terbuat dari batu berharga, serta alam maupun buatan, kulit, rotan, bambu, kayu, logam (emas, perak, tembaga, perunggu dan besi), kaca porselen, kain, marmer, tanah liat, dan kapur.

#### 5. Desain

Kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi desain grafis, desain interior, desain produk, desain industri, konsultasi identitas perusahaan dan jasa riset pemasaran serta produksi kemasan dan jasa pengepakan.

#### 6. Fesyen (fashion)

Kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi desain pakaian, desain alas kaki, dan desain aksesoris mode lainnya, produksi pakaian mode dan aksesorisnya.

#### 7. Video, film, dan fotograf

Kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi produksi video, film, dan jasa fotografer, serta distribusi rekaman video dan film. Termasuk didalamnya penulisan skrip, dubbing film, sinemotografi, sinetron, dan pameran, atau festival film.

#### 8. Permainan interaktif (game)

Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi, produksi, dan distribusi permainan computer dan video yang bersifat hiburan, ketangkasan, dan edukasi. Sub-sektor permainan interaktif bukan didominasi sebagai hiburan semata-mata tetapi juga sebagai alat bantu pembelajaran atau edukasi.

## 9. Musik

Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi atau komposisi, pertunjukan, reproduksi, dan distribusi, dari rekaman suara.

## 10. Seni pertunjukkan (showbiz)

Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan usaha pengembangan konten, produksi pertunjukkan.

## 11. Penerbitan dan percetakan

Kegiatan kreatif yang terkait dengan penulisan konten dan penerbitan buku, jurnal, Koran, majalah, tabloid, dan konten digital serta kegiatan kantor berita dan pencari berita. Subsektor ini juga mencakup penerbitan perangko, materai, uang kertas, blanko cek, giro, surat andil, obligasi, saham, dan surat berharga lainnya, paspor, tiket pesawat terbang dan terbitan khusus lainnya. Juga mencakup penerbitan foto-foto grafir (engraving) dan kartu pos, formulir, poster, reproduksi, percetakan lukisan, dan barang cetakan lainnya, termasuk rekaman mikro film.

## 12. Layanan komputer dan piranti lunak (software)

Kegunaan kreatif yang terkait dengan pengembangan teknologi informasi, termasuk layanan jasa komputer, pengolahan data, pengembangan data base, pengembangan piranti lunak, integrasi sistem, desain dan analisis sistem, desain arsitektur piranti lunak, desain prasarana piranti lunak dan piranti kertas, serta desain portal termasuk perawatanya.

### 13. Televisi dan radio (broadcasting)

Kegiatan kreatif yang terkait dengan usaha kreasi, produksi, dan pengemasan acara televisi (games, kuis, reality show, infotainment dan lainnya) penyiaran dan transmisi konten acara televisi dan radio, termasuk kegiatan station relay (pemancar) siaran radio dan televisi.

### 14. Riset dan pengembangan (R&D)

Kegiatan kreatif terkait dengan usaha inovatif yang menawarkan penemuan ilmu dan teknologi serta mengambil manfaat terapan dari ilmu dan teknologi tersebut guna perbaikan produk dan kreasi produk baru, proses baru, material baru, alat baru, metode baru dan teknologi baru yang dapat memenuhi kebutuhan pasar.

Kementerian perdagangan Indonesia memberikan definisi tentang ekonomi kreatif sebagai industri yang berasal dari pemanfaatan kreatifitas, keterampilan serta bakat individu demi menciptakan kesejahteraan dengan menghasilkan dan mengeksplotasi daya kreasi dan cipta individu tersebut.

Konsep ekonomi kreatif adalah sebuah konsep di era yang penopang utamanya adalah informasi dan kreativitas dimana ide dan stock of knowledge dari sumber daya manusia (SDM) merupakan faktor produksi utama dalam kegiatan ekonomi. Perkembangan tersebut dapat dikatakan sebagai dampak dari struktur perekonomian dunia yang tengah mengalami gelombang transformasi teknologi dengan laju yang cepat seiring dengan pertumbuhan ekonomi dari yang tadinya sebagai berbasis sumber daya alam (SDA) diikuti menjadi berbasis sumber daya

manusia (SDM) dari era genetik dan ekstraktif ke era manufaktur dan jasa informasi serta perkembangan terakhir masuk ke era ekonomi kreatif.

Secara lebih lugas Howkins mendefinisikan ekonomi kreatif sebagai kegiatan ekonomi dimana input dan outputnya adalah gagasan atau dalam satu kalimat yang singkat, esensi dari kreativitas adalah gagasan. Sebaiknya konsep kewirausahaan maupun konsep ekonomi kreatif terdapat unsur benang merah yang sama yakni terdapat konsep kreativitas idea tau gagasan serta konsep inovasi. Kreatifitas adalah proses berfikir dan mengunggah inspirasi dengan cara yang berbeda dari biasanya dimana seseorang terantang untuk dapat melahirkan sesuatu yang baru baik berupa gagasan maupun karya yang relatif berbeda dengan apa yang telah ada sebelumnya. Kreatifitas dalam bisnis adalah bagaimana cara menerapkan kreatifitas dalam pekerjaan yang sedang kita lakukan agar dapat memunculkan produk, prosedur dan struktur baru sekaligus meningkatkan cara kerja kita ke arah yang lebih baik. Ide kreatif dikaitkan dengan ide yang baru yakni, bersangkutan ide kreatif ini dapat melibatkan sebuah usaha pengabungan dua hal atau ide-ide secara langsung. (john adair 1996). Dari uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa masalah yang paling mendasar dalam kunci keberhasilan UMKM yang berbasis ekonomi kreatif adalah jaringan usaha dan keterampilan manajerial ini dapat diharapkan mampu meningkatkan daya saing UMKM di tingkat nasional dan global.

#### 4. Penelitian Terdahulu

Supriyanto 2006 dengan judul pengembangan UMKM di Indonesia menyimpulkan dalam penelitiannya ternyata UMKM mampu menjadi solusi penanggulangan kemiskinan di Indonesia. dengan cara mengembangkan UMKM memiliki potensi yang cukup baik karena ternyata sektor UMKM memiliki kontribusi yang besar lebih dari 99.45% tenaga kerja dan sumbangan PDB sekitar 30% . Upaya untuk memajukan dan mengembangkan sektor UMKM akan dapat menyerap lebih banyak lagi tenaga kerja yang ada dan tentu saja akan dapat meningkatkan kesejahteraan para pekerja yang terlibat didalamnya sehingga dapat mengurangi angka pengangguran dan pada akhirnya akan dapat digunakan untuk pengetasan kemiskinan. Program aksi pengetasan kemiskinan melalui pemberdayaan UMKM yang telah dirancang Presiden Susilo Bambang Yudhono pada tanggal 26 februari 2005.

Sri Susilo dan Sutarta 2004 dengan judul penelitian masalah dinamika industri kecil dan pasca krisis ekonomi penelitian ini mengemukakan permasalahan yang dihadapi industri kecil antar kelompok industri mempunyai persamaan dan perbedaan. Persamaan yang menonjol adalah kenaikan harga faktor produksi yang memaksa mereka menaikkan harga jual produk. Masalah lain adalah menurunnya tingkat produksi dan employment, perbedaan masalah yang dihadapi tergantung dari jenis dan karakteristik industri kecil. Ada yang menyatakan masalah pokok yang dihadapi adalah kemampuan bersaing dipasar, pemasaran produk, dan ketersediaan tenaga kerja terampil. Dalam hal dinamika usaha persamaan diantara mereka terutama

dalam verifikasi produk. Perbedaan dinamika usaha terjadi dalam hal verifikasi usaha. Pengusaha industri kecil melakukan diverifikasi usaha yang berbeda dengan usaha sebelumnya namun ada juga yang melakukan verifikasi usaha yang terkait dengan sebelumnya.

Jaka Sriyana 2010 dengan judul penelitian strategi pengembangan UKM penelitian ini mencatat bahwa usaha kecil dan menengah mempunyai peranan penting dalam perekonomian lokal daerah. Hal ini ditunjukkan dengan kemampuan UKM dalam mengerjakan aktivitas ekonomi regional dan penyediaan lapangan kerja. Namun UKM masih menghadapi berbagai masalah mendasar yaitu masalah kualitas produk, pemasaran dan sustainability usaha. Diperlukan berbagai kebijakan terobosan untuk memotong mata rantai masalah yang dihadapi UKM khususnya untuk mengatasi beberapa hal yang menjadi hambatan dalam bidang pengembangan produk dan pemasaran. Adapun regulasi dari pemerintah yang diperlukan untuk memberikan peluang berkembangnya UKM meliputi perbaikan sarana dan prasarana, akses perbankan dan perbaikan iklim ekonomi yang lebih baik untuk meningkatkan pangsa pasar.

Y. Sri Susilo 2010 dengan judul penelitian strategi meningkatkan daya saing UMKM dalam menghadapi implementasi CAFTA dan MEA penelitian ini mengemukakan implementasi CAFTA telah dijalankan sejak Januari 2010 dan implementasi MEA akan terealisasi pada tahun 2015. UMKM di Indonesia akan menghadapi tantangan dan sekaligus memperoleh peluang dengan adanya implementasi CAFTA dan MEA. UMKM harus meningkatkan daya saing perusahaan

maupun daya saing produknya agar tetap mampu bertahan dan dapat memanfaatkan peluang.

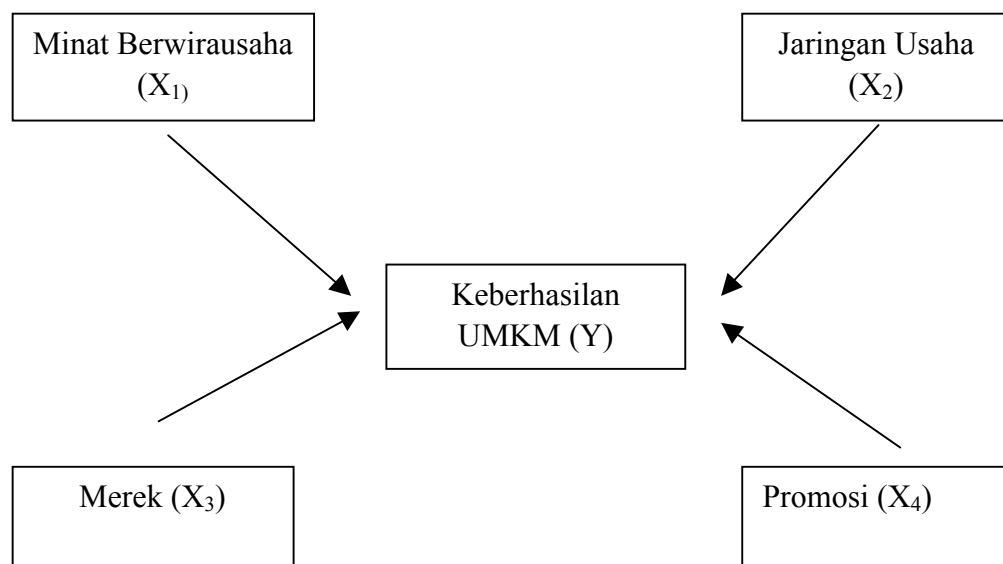
Kunci utamanya terdapat pada UMKM sendiri khususnya pengusaha/pemilik UMKM dengan jiwa kewirausahaan dan jiwa inovasi yang di miliki harus mampu menjadi motor penggerak untuk meningkatkan daya saing perusahaan. Dengan meningkatnya daya saing perusahaan maka akan mendorong terciptanya daya saing produk. Hal ini yang harus menjadi prioritas UMKM adalah meningkatkan kerjasama antar unit UMKM atau antar sentra UMKM dan juga meningkatnya jaringan kerjasama dengan stakeholders.

## **B. KERANGKA PIKIR**

Salah satu indikator yang menilai keberhasilan suatu usaha adalah promosi memainkan peran yang sangat signifikan dalam kemajuan usaha. Promosi dapat merubah sikap dan tingkah laku pembeli yang sebelumnya tidak menjadi kenal menjadi mengenal dan ketika calon konsumen memiliki daya beli maka dengan adanya kesadaran mengenai sebuah produk maka calon konsumen akan menjadi pembeli dan mengingat produk tersebut. Dengan promosi dapat mengkomunikasikan dan memberi penjelasan sekaligus meyakinkan calon konsumen mengenai barang dan jasa mereka. Tujuan utama adalah memperoleh perhatian, mengingatkan dan meyakinkan calon konsumen. Penggunaan elemen-elemen promosi seperti iklan, promosi penjualan, tenaga penjualan dan hubungan masyarakat diyakini mampu meningkatkan kinerja penjualan sebagai bagian dari program pemasaran terintegrasi (Rahman and Ibrahim,2011).



Dari empat faktor -faktor tersebut akan dijadikan sebagai indikator untuk mengkaji lebih mendalam mengenai Faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan UMKM berbasis ekonomi kreaif di Kota Makassar. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada kerangka pikir, yaitu :



Era ekonomi kreatif merupakan pergeseran dari era ekonomi pertanian ,era industrialisasi dan era informasi. Departemen perdagangan 2008 mendefinisikan ekonomi kreatif sebagai wujud dari upaya mencari pembangunan yang berkelanjutan melalui kretivitas, yang mana pembangunan berkelanjutan adalah suatu iklim perekonomian yang berdaya saing dan memiliki cadangan sumber daya yang terbarukan.

### **C. HIPOTESIS**

Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah diduga bahwa minat berwirausaha, jaringan, merek serta promosi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan UMKM berbasis ekonomi kreatif di kota Makassar.

### **BAB III**

#### **METODE PENELITIAN**

##### **A. Variable dan Desain Penelitian**

###### **a. Variabel Penelitian**

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau nilai atau sifat dari objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2012: 38). Adapun variabel dalam penelitian ini adalah:

1. Variabel terikat (*Dependen*) adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah ekonomi kreatif (Y)

Ekonomi kreatif adalah kegiatan ekonomi yang mencakup industri dengan kreativitas sumber daya manusia sebagai aset utama untuk menciptakan nilai tambah ekonomi. Adapun jenis-jenis ekonomi kreatif yang akan di teliti dalam penelitian ini adalah Fashion, desainer, kecantikan, kerajinan, kuliner, percetakan.

Bekraf memiliki visi untuk membangun indonesia menjadi salah satu kekuatan ekonomi dunia dalam ekonomi kreatif pada tahun 2030 nanti badan ini terbentuk sejak 20 januari 2015 melalui peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2015 tentang badan ekonomi kreatif (BEKRAF).

2. Variabel bebas (*Independen*) adalah variabel yang mempengaruhi variabel dependen, baik pengaruhnya positif maupun yang pengaruhnya variabel ( Ferdinand, 2006). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah keberhasilan UMKM (X).

1. Minat berwirausaha ( $X_1$ )

2. Jaringan ( $X_2$ )

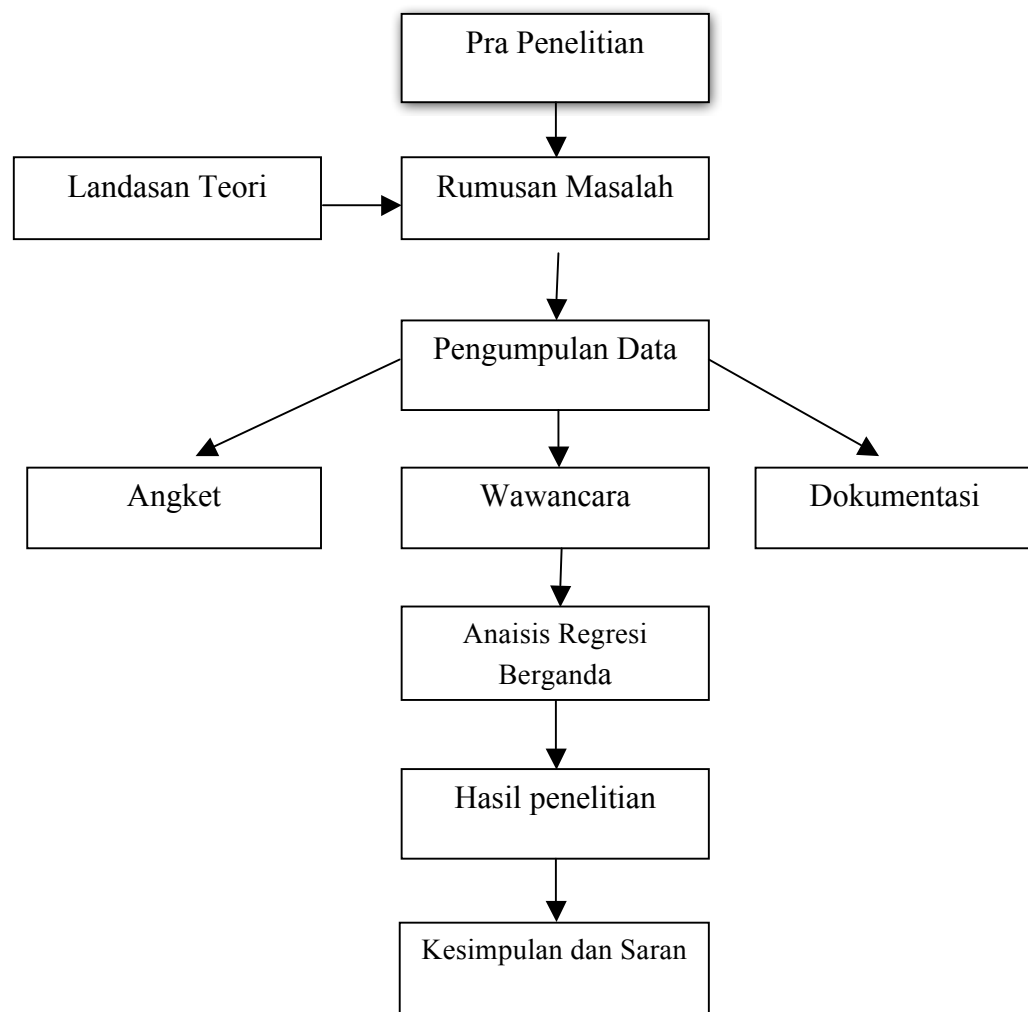
3. Merek ( $X_3$ )

4. Promosi ( $X_4$ )

## b. Desain Penelitian

Desain penelitian merupakan suatu rancangan atau tata cara untuk melaksanakan penelitian dalam rangka untuk memperoleh data penelitian yang diperlukan. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan UMKM berbasis ekonomi kreatif.

Adapun gambar desain penelitian adalah sebagai berikut:



## **B. Defenisi Operasional Variabel**

### **a. Defenisi Operasional Variabel**

Definisi Operasional adalah suatu definisi yang diberikan pada suatu variabel dengan memberikan arti atau menspesifikasikan kegiatan atau membenarkan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur variabel tersebut (Sugiyono, 2004).

Usaha mikro kecil adalah usaha produktif milik orang perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang asset maksimal Rp 50 juta, kriteria omset maksimal Rp 300 juta. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria dalam undang-undang kriteria asset Rp 50 juta-Rp 500 juta, kriteria omset Rp 300 juta- Rp 2,5 miliar. Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan yang dimiliki, dikuasai menjadi bagian baik langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam undang-undang kriteria asset Rp 500 juta- Rp 10 miliar, kriteria omset Rp 2,5 miliar- Rp 50 miliar.

Adapun batasan operasional masing-masing variabel yang di maksud adalah:

Faktor keberhasilan usaha mikro dan usaha kecil adalah sebagai berikut:

1. Minat berwirausaha memainkan peranan yang sangat penting dalam keberhasilan UMKM disamping dimensi-dimensi lainnya yang saling berkaitan seperti dimensi perubahan manajemen, dimensi perubahan.
2. Jaringan digunakan untuk mengatur kordinasi serta mewujudkan kerjasama antara unsure dalam organisasi. Unsur-unsur tersebut pada umumnya berupa unit. Terbentuknya jaringan selalu berawal dari komunikasi yang nyaman dan hal ini sangat dipengaruhi oleh karakter.
3. Merek bagian penting dalam kegiatan pemasaran. Produk yang kreatif dalam usaha mikro kecil dan menengah lebih menarik perhatian konsumen, produk yang dijual dengan menarik maka tentunya akan lebih menarik perhatian konsumen, merek pada sebuah produk akan menunjukan profesionalitas dan kualitas produk.
4. Promosi memainkan peran yang sangat signifikan dalam kemajuan usaha. Strategi promosi yang kreatif dan berbeda dengan cara promosi pada umumnya, banyaknya media promosi yang tersedia sekarang juga membuat seorang wirausaha memiliki banyak pilihan untuk melakukan promosi.

Ekonomi kreatif adalah sebuah konsep di era yang penopang utamanya adalah informasi dan kreativitas dimana ide dan stock of knowledge dari sumber daya manusia (SDM) merupakan faktor produksi utama dalam kegiatan ekonomi. Perkembangan tersebut dapat dikatakan sebagai dampak dari struktur perekonomian

dunia yang tengah mengalami gelombang transformasi teknologi dengan laju yang cepat seiring dengan pertumbuhan ekonomi dari yang tadinya sebagai berbasis sumber daya alam (SDA) diikuti menjadi berbasis sumber daya manusia (SDM) dari era genetika dan ekstraktif ke era manufaktur dan jasa informasi serta perkembangan terakhir masuk ke era ekonomi kreatif. Secara lebih lugas Howkins mendefinisikan ekonomi kreatif sebagai kegiatan ekonomi dimana input dan outputnya adalah gagasan atau dalam satu kalimat yang singkat, esensi dari kreativitas adalah gagasan. Sebaiknya konsep kewirausahaan maupun konsep ekonomi kreatif terdapat unsur benang merah yang sama yakni terdapat konsep kreativitas, ide atau gagasan serta konsep.

### **C. Populasi dan sampel**

#### **1. Populasi**

Populasi adalah gabungan dari seluruh elemen yang berbentuk peristiwa, hal atau orang yang memiliki karakteristik yang serupa menjadi menjadi pusat perhatian seseorang peneliti karena itu yang dipandang sebagai sebuah semesta penelitian (Ferdinand, 2006 :223). Populasi dalam penelitian ini adalah usaha mikro kecil di kota Makassar yang mempunyai usaha sejumlah 170.526.

#### **2. Sampel**

Sampel dapat didefinisikan sebagai subjek dari populasi, terdiri dari beberapa anggota populasi. Subjek ini diambil karena dalam banyak kasus tidak mungkin kita meneliti seluruh anggota populasi oleh karena itu kita membentuk sebuah perwakilan populasi yang disebut sampel (Ferdinand, 2006 :223). Pengertian



lain sampel adalah sekumpulan data yang diambil atau dipilih dari suatu populasi (santoso, 2001). Menurut sugiyono (2001:72)” sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”. Oleh karena itu, untuk menentukan jumlah anggota sampel digunakan rumus (Supramono dan Haryanto, 2005:62):

Keterangan :

$n$  = Jumlah Sampel

$Z^{2a}$  = Z table dengan tingkat signifikan tertentu

$Q = (1-P)$ , proposi populasi yang memiliki karakteristik tertentu

$p$  = Proporsi populasi yang memiliki karakteristik tertentu

$d$  = Tingkat kesalahan yang ditoleransi

Untuk lebih jelasnya akan diuraikan dalam perhitungan sebagai berikut:

Masalah proporsi yang diharapkan sebesar 50%, tingkat kesalahan sebesar 10% dengan tingkat kepercayaan 95% = 1,96 dengan menggunakan rumus diatas, maka jumlah sampel yang diperoleh yaitu:

$P \times Q$

$$n = \frac{Z^{2a}}{d^2}$$

$$0,50(1-0,50)$$

$$n = \frac{(1,96)^2}{0,10^2}$$

$$n = 96,04$$

$$n = 96,04$$

Hasil penelitian 96,04 tersebut dibulatkan menjadi 100 agar memudahkan pembagian. Oleh karena itu, dalam penelitian ini digunakan 100 responden sebagai sampel. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah metode melalui *accidental sampling* yaitu mereka yang dijumpai peneliti di tempat penel usahanya tersebut, maka ia dapat dijadikan sampel dalam penelitian.

#### **D. Teknik pengumpulan data**

Untuk memperoleh data yang subjektif pada penelitian ini, maka digunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

##### **a. Observasi**

Observasi atau pengamatan langsung adalah kegiatan pengumpulan data dengan melakukan penelitian langsung terhadap kondisi lingkungan objek penelitian yang mendukung kegiatan penelitian, sehingga didapat gambaran secara jelas tentang kondisi objek penelitian tersebut.

##### **b. Kuesioner**

Kuesioner (angket) merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Adapun angket ini akan diberikan kepada responden yang mendirikan UMKM berbasis ekonomi kreatif di dalam sampel penelitian ini.

c. Interview

Interview (wawancara) digunakan untuk mengumpulkan data yang dilakukan melalui dengan wawancara secara tatap muka.

Apakah pemilihan informasi ini akan disesuaikan dengan kondisi di lapangan yang akan diperhitungkan oleh peneliti mulai dari kesediaan waktu dan informasi yang akan dipilih.

d. Dokumentasi

Dokumentasi digunakan untuk melengkapi data-data yang diperoleh dalam bentuk catatan-catatan atau gambar yang dapat memberikan keterangan yang lebih lengkap sehubungan dengan data yang dibutuhkan.

**E. Instrumen Penelitian**

Menurut Sugiyono (2012: 102), instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Penelitian ini menggunakan penilaian skala *likert*. Dengan skala *likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel (Eko Putro Widoyoko: 2012). Dalam skala *likert*, terdapat 4 (empat) skala/pilihan alternatif jawaban. Empat skala tersebut terdiri dari Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Kurang Setuju (KS), dan Tidak Setuju (TS). Berikut adalah tabel yang menggambarkan skor pada setiap skala *likert*.

**Tabel 1.2**  
**Skor Alternatif Jawaban Instrumen**

Persyaratan positif (+)		Pertanyaan negative (-)	
Alternative jawaban	Skor	Alternatifr jawaban	Skor
Sangat setuju (SS)	4	Sangat setuju (SS)	1
Setuju (S)	3	Setuju (S)	2
Kurang setuju (KS)	2	Kurang setuju (KS)	3
Tidak setuju(TS)	1	Tidak setuju(TS)	4

#### **F. Teknik Analisis Data**

Untuk dapat merumuskan hasil penelitian sebagai penyelesaian untuk menentukan jawaban dari masalah yang diteliti, maka digunakan teknik analisis.

Sebelum membuat keputusan, maka kuesioner yang telah diisi oleh responden dikumpulkan, kemudian diolah dan dianalisis untuk mendapatkan hasil yang jelas dan maksimal. Pada penelitian ini analisis data yang di gunakan adalah analisis kuantitatif dengan menggunakan teknik analisis data regresi linier berganda.

##### **1. Analisis Kuantitatif**

Analisis kuantitatif merupakan analisis yang digunakan untuk data-data yang berbentuk angka yang dapat di ukur atau di hitung. Tujuan analisis kuantitatif adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh suatu variabel atau hal terdapat variabel

lain secara kuantitatif. Analisis ini menggunakan suatu perhitungan melalui metode statistik dan untuk mempermudah analisis data maka dalam penelitian ini menggunakan SPSS 24.

Analisis regresi linear berganda berfungsi untuk mengukur pengaruh antara lebih dari satu variabel bebas terhadap variabel terikat. Adapun model hubungan antar variabel dapat di susun dalam persamaan di bawah ini :

$$Y = a + b_1 \cdot X_1 + b_2 \cdot X_2 + b_3 \cdot X_3 + b_4 \cdot X_4 + e$$

Keterangan

$a$  = *Intercept* atau konstanta

$X_1$  = Minat Berwirausaha

$X_2$  = Jaringan Usaha

$X_3$  = Merek

$X_4$  = Peomosi

$b_1, b_2, b_3, b_4$  = koefisien regresi

$Y$  = Ekonomi Kreatif

$e$  = *Standard error*

$b_1$  = Koefisien regresi antara minat berwirausaha dengan keberhasilan usaha.

$b_2$  = Koefisien regresi antara jaringan dengan keberhasilan usaha.

$b_3$  = Koefisien regresi antara merek dengan keberhasilan usaha.

$b_4$  = Koefisien regresi antara jaringan dengan keberhasilan usaha.

## 2. Uji Koefisien Determinasi (R Square)

Uji koefisien determinasi digunakan untuk melihat kelayakan penelitian yang dilakukan dengan melihat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen koefisien determinasi  $R^2$  digunakan untuk mengetahui berapa persen variasi variabel dependen dapat dijelaskan oleh variasi variabel independen. Nilai  $R^2$  ini terletak antara 0 dan 1. Bila nilai  $R^2$  mendekati 0 berarti sedikit sekali variasi variabel dependen yang diterangkan oleh variabel independen. Jika nilai  $R^2$  bergerak mendekati 1 semakin besar variasi variabel dependen yang dapat diterangkan oleh variabel independen. Jika ternyata dalam perhitungan  $R^2$  sama dengan 0 maka ini menunjukan bahwa variabel dependen tidak bias dijelaskan oleh variabel independen.

Nugroho (2005) menyatakan untuk linear berganda sebaiknya menggunakan R square yang mudah disesuaikan atau tertulis adjusted R square untuk melihat koefisien determinasi karena disesuaikan dengan jumlah variabel independen yang digunakan dimana jika variabel independen 1 (satu) maka menggunakan R square dan jika telah melebihi 1 (satu) menggunakan adjusted square.

## 3. Pengujian Hipotesis

### a. Uji Simultan

Tahapan ini dilakukan pengujian terhadap variabel bebas (X) secara bersama-sama terhadap variabel terikat (Y), dengan demikian akan diketahui model

hubungan fungsional antara variabel terikat dan variabel bebas yang terbentuk dalam penelitian ini. Jika hasil perhitungan menunjukan jika nilai probabilitas (P Value) < alpha 0,05 maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima.

Uji simultan digunakan untuk mengetahui signifikan tidaknya pengaruh variabel bebas (X) secara simultan terhadap variabel terikat (Y), uji F dilakukan dengan langkah:

1. Menentukan hipotesis nol alternative
2. Menghitung nilai  $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima
3. Membandingkan nilai  $F_{hitung}$  dengan nilai  $F_{hitung}$  dengan nilai  $F_{tabel}$
4. Jika  $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima. Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Analisis Data**

Pada bab sebelumnya telah diuraikan tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha mikro kecil dan menengah berbasis ekonomi kreatif di kota Makassar. Untuk mendapatkan jawaban atas pertanyaan tersebut, dilakukan pengumpulan informasi dengan metode survey melalui penyebaran kuesioner kepada pelaku usaha mikro kecil dan menengah berbasis ekonomi kreatif. Dari informasi yang diperoleh dari pengisian kuesioner dapat diketahui faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha mikro kecil berbasis ekonomi kreatif berbasis di kota Makassar. Dengan cara ini konsumen sebagai responden dalam penelitian ini dapat melihat indikator apa saja yang turut mempengaruhi keberhasilan usahanya. Kuesioner yang digunakan untuk mendapatkan informasi dari responden adalah sebanyak 100.



## B. Gambaran umum Responden

### a. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

**Tabel 1**  
**Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin**  
**jenis\_kelamin**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pria	52	52,0	52,0	52,0
	Wanita	48	48,0	48,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Data diolah, 2018

Tabel satu adalah tabel yang menunjukkan jenis kelamin responden atau pengusaha mikro kecil dan menengah di kota Makassar. Jenis kelamin pria sebanyak 52 pengusaha mikro kecil (52%) yang menjadi responden dan jenis kelamin wanita sebanyak 48 pengusaha mikro kecil (48%). Dominan jenis kelamin responden pria yang mengisi kuesioner hubungan antara faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha mikro kecil berbasis ekonomi kreatif lebih banyak dibandingkan jenis kelamin wanita. Jumlah ini sudah termasuk jumlah responden secara keseluruhan dengan sampel pengusaha mikro kecil dan menengah berbasis ekonomi kreatif.

**Tabel 1.1**  
**Frekuensi Umur Pengusaha Mikro Kecil dan Menengah Berbasis Ekonomi Kreatif di Kota Makassar**

Umur					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	21 tahun	1	1,0	1,0	1,0
	22 tahun	3	3,0	3,0	4,0
	23 tahun	1	1,0	1,0	5,0
	24 tahun	1	1,0	1,0	6,0
	25 tahun	1	1,0	1,0	7,0
	26 tahun	1	1,0	1,0	8,0
	27 tahun	3	3,0	3,0	11,0
	28 tahun	12	12,0	12,0	23,0
	29 tahun	5	5,0	5,0	28,0
	30 tahun	4	4,0	4,0	32,0
	31 tahun	3	3,0	3,0	35,0
	32 tahun	15	15,0	15,0	50,0
	33 tahun	1	1,0	1,0	51,0
	34 tahun	2	2,0	2,0	53,0
	35 tahun	4	4,0	4,0	57,0
	36 tahun	1	1,0	1,0	58,0
	37 tahun	4	4,0	4,0	62,0
	38 tahun	2	2,0	2,0	64,0
	39 tahun	2	2,0	2,0	66,0
	40 tahun	3	3,0	3,0	69,0
	41 tahun	2	2,0	2,0	71,0
	42 tahun	6	6,0	6,0	77,0
	43 tahun	2	2,0	2,0	79,0
	45 tahun	4	4,0	4,0	83,0
	47 tahun	6	6,0	6,0	89,0
	48 tahun	2	2,0	2,0	91,0
	49 tahun	2	2,0	2,0	93,0
	50 tahun	1	1,0	1,0	94,0
	54 tahun	3	3,0	3,0	97,0

	55 tahun	1	1,0	1,0	98,0
	58 tahun	1	1,0	1,0	99,0
	60 tahun	1	1,0	1,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Data diolah, 2018

Tabel 1.1 adalah tabel menunjukan frekuensi umur pengusaha mikro kecil dan menengah yang paling sering atau sangat setuju menerapkan indikator pertanyaan positif yang terdapat dalam kuesioner yang telah diisi mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan usahanya. Frekuensinya yaitu sangat setuju dengan skor nilai 4, setuju dengan skor nilai 3, kurang setuju dengan skor nilai 2 dan tidak setuju dengan skor nilai 1. Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa frekuensi yang sangat setuju dan paling tinggi menunjukan umur 32 tahun dengan angka 15% dari 100 responden dan terdiri dari 11 orang yang memilih nilai paling rendah yaitu dengan angka 1% dari 100 responden.

Tabel 1.2

Jenis usaha mikro kecil berbasis ekonomi kreatif

jenis_usaha					
		Frekuensi	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Fashion	3	3,0	3,0	3,0
	Desainer	3	3,0	3,0	6,0
	Fashion	42	42,0	42,0	48,0
	Kecantikan	2	2,0	2,0	50,0
	Kerajinan	5	5,0	5,0	55,0
	Kuliner	43	43,0	43,0	98,0

	Percetakan	2	2,0	2,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Data diolah, 2018

Tabel 1.2 adalah tabel menunjukan jenis usaha mikro kecil dan menengah berbasis ekonomi kreatif terdapat dari 6 jenis usaha usaha diatas yang paling banyak mengisi kuesioner adalah usaha kuliner menunjukan angka 43% dan yang paling sedikit mengisi kuesioner adalah usaha kecantikan dan percetakan menunjukan angka 2%.

Tabel 1.3

Penghasilan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Per Satu tahun

**Penghasilan**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	230.000.000.00	1	1,0	1,0	1,0
	100.000.000.00	5	5,0	5,0	6,0
	112.000.000.00	1	1,0	1,0	7,0
	120.000.000.00	1	1,0	1,0	8,0
	126.000.000.00	1	1,0	1,0	9,0
	128.000.000.00	1	1,0	1,0	10,0
	130.000.000.00	4	4,0	4,0	14,0
	150.000.000.00	5	5,0	5,0	19,0

	160.000.00 0.00	4	4,0	4,0	23,0
	170.000.00 0.00	5	5,0	5,0	28,0
	180.000.00 0.00	7	7,0	7,0	35,0
	190.000.00 0.00	5	5,0	5,0	40,0
	195.000.00 0.00	1	1,0	1,0	41,0
	200.000.00 0.00	9	9,0	9,0	50,0
	210.000.00 0.00	3	3,0	3,0	53,0
	220.000.00 0.00	4	4,0	4,0	57,0
	222.000.00 0.00	1	1,0	1,0	58,0
	230.000.00 0.00	3	3,0	3,0	61,0
	240.000.00 0.00	1	1,0	1,0	62,0
	250.000.00 0.00	5	5,0	5,0	67,0
	260.000.00 0.00	1	1,0	1,0	68,0
	270.000.00 0.00	3	3,0	3,0	71,0
	280.000.00 0.00	3	3,0	3,0	74,0
	290.000.00 0.00	1	1,0	1,0	75,0
	300.000.00 0.00	4	4,0	4,0	79,0
	320.000.00 0.00	1	1,0	1,0	80,0

	340.000.00 0.00	1	1,0	1,0	81,0
	380.000.00 0.00	1	1,0	1,0	82,0
	400.000.00 0.00	4	4,0	4,0	86,0
	420.000.00 0.00	1	1,0	1,0	87,0
	50.000.000. 00	2	2,0	2,0	89,0
	556.000.000 .00	1	1,0	1,0	90,0
	60.000.000. 00	1	1,0	1,0	91,0
	70.000.000. 00	1	1,0	1,0	92,0
	80.000.000. 00	7	7,0	7,0	99,0
	90.000.000. 00	1	1,0	1,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Data diolah, 2018

Tabel 1.3 adalah tabel yang menunjukkan besar kecil jumlah frekuensi penghasilan pengusaha mikro kecil dari 100 responden. Dari tabel diatas menunjukan frekuensi paling tinggi dengan jumlah Rp. 200.000.000.00 dengan angka frekuensi 9% sedangkan frekuensi paling kecil dengan angka 1%. Adapun pendapatan paling tinggi per tahun dari 100 responden dengan jumlah Rp. 556.000.000.00 dengan angka frekuensi 1%

### C. Analisis regresi linear berganda

#### a. Hasil analisis regresi

Tabel 1.4

Hasil Analisis Regresi

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	8,579	1,958		4,381	,000		
	Minat_Berwirausaha	,075	,085	,087	,880	,381	,931	1,074
	Jaringan	,110	,098	,111	1,127	,262	,929	1,076
	Merek	,006	,090	,007	,069	,945	,935	1,070
	Promosi	,211	,066	,313	3,175	,002	,928	1,077

Dependent Variable: Keberhasilan\_Usaha Y

Sumber: Data diolah, 2018.

Berdasarkan analisi data dengan menggunakan SPSS 24 maka diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 \cdot X_1 + b_2 \cdot X_2 + b_3 \cdot X_3 + b_4 \cdot X_4 + e$$

$$Y = 8,576 + 0,075 + 0,110 + 0,006 + 0,211 + e$$

Dari persamaan tersebut di atas berarti bahwa nilai konstanta yang dihasilkan 8,576 mengindikasikan bahwa jika nilai minat berwirausaha, jaringan, merek, promosi dianggap konstan maka nilai keberhasilan adalah sebesar 8,576.

Nilai koefisien regresi minat berwirausaha 0,075 artinya minat berwirausaha mempunyai pengaruh yang positif terhadap keberhasilan usaha mikro kecil berbasis ekonomi kreatif karena koefisien regresi variabel bernilai positif. Hal ini berarti setiap kenaikan nilai minat berwirausaha sebesar 1% maka keberhasilan usaha mikro kecil berbasis ekonomi kreatif akan meningkat 0,075. Artinya semakin baik minat berwirausaha maka semakin tinggi keberhasilan usaha.

Nilai koefisien regresi jaringan 0,110 artinya jaringan mempunyai pengaruh yang positif terhadap keberhasilan usaha mikro kecil berbasis ekonomi kreatif karena koefisien regresi variabel bernilai positif. Hal ini berarti setiap kenaikan nilai jaringan sebesar 1% maka keberhasilan usaha mikro kecil berbasis ekonomi kreatif akan meningkat sebesar 0,110. Artinya semakin tinggi jaringan usaha maka semakin tinggi keberhasilan usaha.

Nilai koefisien regresi merek 0,066 artinya merek mempunyai pengaruh yang positif terhadap keberhasilan usaha mikro kecil berbasis ekonomi kreatif karena koefisien regresi variabel bernilai positif. Hal ini berarti setiap kenaikan nilai merek sebesar 1% maka keberhasilan usaha mikro kecil berbasis ekonomi kreatif akan meningkat sebesar 0,066. Artinya semakin tinggi merek usaha maka semakin tinggi keberhasilan usaha.

Nilai koefisien regresi promosi 0,211 artinya promosi mempunyai pengaruh yang positif terhadap keberhasilan usaha mikro kecil berbasis ekonomi kreatif karena koefisien regresi variabel bernilai positif. Hal ini berarti setiap kenaikan nilai promosi sebesar 1% maka keberhasilan usaha mikro kecil berbasis ekonomi kreatif



akan meningkat sebesar 0,11. Artinya semakin tinggi promosi usaha maka semakin tinggi keberhasilan usaha.

**b. Uji Koefisien Determinasi**

Tabel 1.5

Hasil Pengujian Untuk

Uji Koefisien Determinasi (R Square)

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,375 <sup>a</sup>	,141	,105	1,09630

a. Predictors: (Constant), Promosi, Merek, Minat\_Berwirausaha, Jaringan

b. Dependent Variable: Keberhasilan\_Usaha

Sumber: Data diolah, 2018

Dari tabel dapat dilihat bahwa besarnya koefisien determinasi bernilai 0,105 berarti dari kontribusi variabel minat berwirausaha, jaringan, merek, promosi dalam menjelaskan keberhasilan usaha mikro kecil 10,5% variabel minat berwirausaha, jaringan, merek, promosi yang biasa mempengaruhi keberhasilan usaha mikro kecil, sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak ada dalam penelitian ini.

### c. Uji Hipotesis

Uji simultan dengan F-Test (Anova)

Tabel 1.6 Hasil Pengujian Uji F ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	18,732	4	4,683	3,896	,006 <sup>b</sup>
	Residual	114,178	95	1,202		
	Total	132,910	99			
a. Dependent Variable: Keberhasilan_Usaha						
b. Predictors: (Constant), Promosi, Merek, Minat_Berwirausaha, Jaringan n						

Sumber: Data diolah, 2018

Berdasarkan tabel 1.6 diatas dapat dijelaskan dengan menggunakan taraf signifikan 1,05 diperoleh F hitung sebesar 3,896 dengan F tabel sebesar 3,890 dengan demikian F hitung >F tabel dengan tingkat signifikan yang diperoleh 0,006 <0,05 sehingga secara bersama-sama minat berwirausaha,jaringan, merek, promosi berpengaruh terhadap keberhasilan usaha mikro kecil berbasis ekonomi kreatif di kota Makassar.

#### **D. Pembahasan**

Berdasarkan hasil analisis deskriptif diketahui dari 100 orang responden yang diteliti merupakan pengusaha mikro kecil berbasis ekonomi kreatif di kota Makassar adalah pria 52 dan wanita 48 berumur antara 20-35 tahun dan 35-60 tahun yang memiliki usaha mikro kecil dengan jenis yang berbeda mulai dari usaha fashion, desainer, kecantikan, kerajinan, percetakan dan penghasilan pengusaha mikro kecil per tahun rata-rata Rp. 200.000.000.00 dengan angka frekuensi 9% sedangkan frekuensi paling kecil dengan angka 1%. Adapun pendapatan paling tinggi per tahun dari 100 responden dengan jumlah Rp. 556.000.000.00 dengan angka frekuensi 1%.

Dari hasil analisis regresi berganda juga dapat diketahui Nilai koefisien regresi minat berwirausaha 0,075 artinya minat berwirausaha mempunyai pengaruh yang positif terhadap keberhasilan usaha mikro kecil berbasis ekonomi kreatif karena koefisien regresi variabel bernilai positif. Hal ini berarti setiap kenaikan nilai minat berwirausaha sebesar 1% maka keberhasilan usaha mikro kecil berbasis ekonomi kreatif akan meningkat 0,075. Artinya semakin baik minat berwirausaha maka semakin tinggi keberhasilan usaha.

Nilai koefisien regresi jaringan 0,110 artinya jaringan mempunyai pengaruh yang positif terhadap keberhasilan usaha mikro kecil berbasis ekonomi kreatif karena koefisien regresi variabel bernilai positif. Hal ini berarti setiap kenaikan nilai jaringan sebesar 1% maka keberhasilan usaha mikro kecil berbasis ekonomi kreatif akan meningkat sebesar 0,110. Artinya semakin tinggi jaringan usaha maka semakin tinggi keberhasilan usaha.

Nilai koefisien regresi merek 0,066 artinya merek mempunyai pengaruh yang positif terhadap keberhasilan usaha mikro kecil berbasis ekonomi kreatif karena koefisien regresi variabel bernilai positif. Hal ini berarti setiap kenaikan nilai merek sebesar 1% maka keberhasilan usaha mikro kecil berbasis ekonomi kreatif akan meningkat sebesar 0,066. Artinya semakin tinggi merek usaha maka semakin tinggi keberhasilan usaha.

Nilai koefisien regresi promosi 0,211 artinya promosi mempunyai pengaruh yang positif terhadap keberhasilan usaha mikro kecil berbasis ekonomi kreatif karena koefisien regresi variabel bernilai positif. Hal ini berarti setiap kenaikan nilai promosi sebesar 1% maka keberhasilan usaha mikro kecil berbasis ekonomi kreatif akan meningkat sebesar 0,11. Artinya semakin tinggi promosi usaha maka semakin tinggi keberhasilan usaha.

Dari hasil determinasi juga dapat diketahui bahwa koefisien determinasi bernilai 0,105 dari kontribusi variabel minat berwirausaha, jaringan, merek, promosi dalam keberhasilan usaha mikro kecil 10,5% variabel minat berwirausaha, jaringan, merek, promosi yang biasa mempengaruhi keberhasilan usaha mikro kecil, sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak ada dalam penelitian ini.

Berdasarkan tabel 1.6 dapat diketahui dengan menggunakan taraf signifikan 0,05 diperoleh F hitung sebesar 3,896 dengan F tabel sebesar 3,890 dengan demikian  $F_{hitung} > F_{tabel}$  dengan tingkat signifikan yang diperoleh  $0,006 < 0,05$  sehingga secara bersama-sama minat berwirausaha, jaringan,

Merek, promosi berpengaruh terhadap keberhasilan usaha mikro kecil berbasis ekonomi kreatif di kota Makassar.

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian mengenai hubungan Faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan UMKM berbasis ekonomi kreatif di kota Makassar, maka disimpulkan bahwa:

1. Minat berwirausaha mempunyai pengaruh yang positif terhadap keberhasilan usaha mikro kecil berbasis ekonomi kreatif di kota Makassar dengan nilai koefesienya 0,075.
2. Jaringan mempunyai pengaruh yang positif terhadap keberhasilan usaha mikro kecil berbasis ekonomi kreatif di kota Makassar dengan nilai koefisienya 0,110.
3. Merek mempunyai pengaruh yang positif terhadap keberhasilan usaha mikro kecil berbasis ekonomi kreatif di kota Makassar dengan nilai koefisienya 0,006.
4. Promosi mempunyai pengaruh yang positif terhadap keberhasilan usaha mikro kecil berbasis ekonomi kreatif di kota Makassar dengan nilai koefisienya 0,211. Pada penelitian ini ternyata faktor promosi merupakan variabel yang paling dominan mempengaruhi keberhasilan usaha mikro kecil berbasis ekonomi kreatif di kota Makassar kemudian dipengaruhi oleh jaringan, minat berwirausaha dan promosi. keadaan ini dibuktikan nilai standardized coefisien regresi pada tabel 1.4.

## **B. SARAN**

Berdasarkan kesimpulan kesimpulan penelitian diatas, maka dikemukakan saran sebagai berikut:

1. Bagi pengusaha mikro kecil berbasis ekonomi kreatif dikota Makassar bahwa minat berwirausaha adalah salah satu faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha maka dari itu diharapkan dapat meningkatkan keberaniannya dalam mengambil resiko dan meningkatkan kemampuan dalam menciptakan sesuatu hal yang menarik dan kreatif. Jiwa wirausaha adalah kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar dan sumber daya untuk mencari peluang sukses.

2. Karena jaringan usaha berpengaruh positif terhadap keberhasilan usaha mikro kecil berbasis ekonomi kreatif di kota Makassar maka diharapkan bagi pengusaha mikro kecil untuk meningkatkan kinerja pemasaran, hal-hal yang perlu dilakukan kaitanya dengan jaringan usaha adalah dengan terus menjaga keharmonisan keeratan antar jaringan usaha lainnya karena suatu kerja sama juga dapat memberikan modal yang besar dalam keberlangsungan usaha itu sendiri.

3. Salah satu faktor keberhasilann usaha mikro kecil menengah berbasis ekonomi kreatif adalah merek maka diharapkan pengusaha mikro kecil dan menengah dari berbagai usaha yang berbasis ekonomi kreatif untuk meningkatkan kepercayaan konsumen melalui merek yang berkualitas agar konsumen loyal jika produknya dapat memberi kepuasan.

4. Promosi paling dominan atau sangat tinggi nilai presntasinya terhadap keberhasilan usaha mikro kecil dan menengah di kota Makassar maka diharapkan kepada pengusaha mikro kecil dan menengah agar meningkatkan kualitas promosinya diberbagai media promosi saat ini. Tujuan utama dari promosi adalah memperoleh perhatian, mengingatkan dan meyakinkan calon konsumen.



## DAFTAR PUSTAKA

Aris Wijanarko dan Ihwan Susila 2016 *.Faktor Kunci Kederhasilan UMKM Kreatif*

Annisa Anggraini dan Yuhana Astuti 2005. *Modal Intelektual Dalam Pengembangan Ekonomi Kreatif* Pada Sentra Kerajinan Sepatu Cobaduyut Bandung

Dinar, Muhammad, dan Hasan, Muhammad. 2018. *Pengantar Ekonomi: Teori dan Aplikasi*. Makassar: CV. Nur Lina Bekerjasama dengan Pustaka Taman Ilmu.

Dinas Koperasi dan UMKM Sulawesi Selatan.

David S. Kodrat, Wina Cristina, *Enpreneurship Sebuah Ilmu*  
Jakarta: Erlangga 2015

Dani Danuar Tri U 2013. *Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Berbasis Ekonomi Kreatif di Kota Semarang*. Skripsi Universitas Ponegoro Semarang.

Gujarati Damodar N 2003 *Dasar-dasar Ekonometrika* Jakarta: Erlangga

[http://www.bukukita.com/ekonomi-dan-manajemen/ekonomi/111169-ekonomi-kreatif-\(ekonomi-baru:-menengah-ide-dan-menciptakanpeluang\).html](http://www.bukukita.com/ekonomi-dan-manajemen/ekonomi/111169-ekonomi-kreatif-(ekonomi-baru:-menengah-ide-dan-menciptakanpeluang).html)

<http://www.cekidote.com/2016/11/pengertian--umkm-usaha-mikro-kecil-dan.html?m=1>

<http://www.psychologymania.com2013/04/pengertian-keberhasilanusaha.html?m=1>

<http://www.bekraf.go.id/profil>

Hasan, Muhammad. 2014. Produktivitas dan Elastisitas Kesempatan Kerja Sektor Industri. *Jurnal Economix* Volume 2, No. 1 Desember 2014 ISSN 2302-6286. Makassar: Fakultas Ekonomi UNM.

- Hasan, Muhammad. 2016. Pengembangan Pola Pendidikan Ekonomi Informal sebagai Upaya untuk Pembentukan Perilaku Ekonomi yang Baik, *Prosiding Seminar Nasional "Mega Trend Inovasi dan Kreasi Hasil Penelitian dalam menunjang Pembangunan Berkelanjutan"* hal. 82-87 Lembaga Penelitian Universitas Negeri Makassar. Makassar: Lembaga Penelitian UNM.
- Hasan, Muhammad. 2017. Pendidikan Ekonomi Informal dan Literasi Keuangan, *Prosiding Seminar Nasional "Membangun Indonesia Melalui Hasil Riset"* hal. 677-680 Lembaga Penelitian Universitas Negeri Makassar. Makassar: Badan Penerbit UNM.
- Hasan, Muhammad. 2018. Pembinaan Ekonomi Kreatif dalam Perspektif Pendidikan Ekonomi. *Jurnal Ekonomi dan Pendidikan (JEKPEND)* Volume 1, No. 1 Januari 2018 p-ISSN: 2614-2139; e-ISSN: 2614-1973.
- Hasan, Muhammad, dan Azis, Muhammad. 2018. *Pembangunan Ekonomi & Pemberdayaan Masyarakat: Strategi Pembangunan Manusia dalam Perspektif Ekonomi Lokal*. Makassar: CV. Nur Lina Bekerjasama dengan Pustaka Taman Ilmu.
- Hasyim, Hajerah, dan Hasan, Muhammad. 2017. Strategi Pemberdayaan dan Keunggulan Bersaing Industri Kecil, *Prosiding Seminar Nasional Dies Natalis ke 56 Universitas Negeri Makassar*. Makassar: Penerbit UNM.
- Kuncoro, Mudrajat *Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi*, Edisi Empat, Penerbit Erlangga
- Kartib Bayu, Yuyus Surayana *Pendekatan Karakteristik Wirausaha Sukses*, Edisi kedua Penerbit Kencana Prenada Media Grup
- Megawati 2016. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Industri Mikro Percetakan Undangan di kota Makassar*. Skripsi Universitas Negeri Makassar
- Munarfah, Andi, dan Hasan, Muhammad. 2009. *Metode Penelitian*. Jakarta: CV. Pratika Aksara Semesta.
- Musa, Chalid Imran and Hasan, Muhammad. 2018. The Influence of Social, Economic, and Demographic Characteristic on Working Hours of Micro,

Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Makassar City, *J. Phys.: Conf. Ser.* 1028 012181.

PamungkasRizki 2014.*Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha Pemegang Usaha Waralaba Pada Waralaba Makanan dan Minuman Lokal di Kota Semarang*. Skripsi Universitas Ponegoro Semarang.

Rahmini SuciYuli 2017.*pengembangan umkm ( Usaha Mikro Kecil dan menengah) di Indonesia*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Balikpapan.

**L  
A  
M  
P  
I  
R  
A  
N**

## **FORMAT VALIDITASI ANGKET**

Nama Validator : Dr. Mustari., S.E., M.Si

Jabatan : Dosen Program Studi Pendidikan Ekonomi

### **A. Petunjuk Penilaian**

Dalam rangka penyusunan skripsi dengan judul “ Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keberhasilan UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif di Kota Makassar” peneliti ini menggunakan instrument “Angket”. Untuk itu peneliti memita Bapak/Ibu untuk memberikan penilaian terhadap instrument yang dibuat tersebut. Penilaian dilakukan dengan tanda centang (✓) pada kolom yang sesuai dalam matriks uraian aspek yang dinilai . Apabila aspek yang dinilai ada, mohon dilanjutkan dengan penggunaan penilaian dengan menggunakan rentang sebagai berikut:

1. = Tidak Valid
2. = Kurang Valid
3. = Cukup Valid
4. = Valid
5. = Sangat Valid

Selain Bapak/Ibu memberikan penilaian. Mohon agar Bapak/Ibu juga memberikan saran dan komentar di dalam lembar pengamatan. Atas bantuan penilaian Bapak/Ibu peneliti mengucapkan banyak terima kasih.

**B. Penilaian**

No	Aspek Yang Dinilai	Kesesuaian		Skala Penilaian				
		Ya	Tidak	1	2	3	4	5
<b>I</b>	Konstruktif							
	1 Petunjuk pengisian identitas responden dan dinyatakan dengan jelas 2. Item pertanyaan/ Pernyataan dengan jelas 3. Kalimat soal tidak menimbulkan penafsiran ganda 4. Kalimat soal tidak dinyatakan secara negatif (menggunakan kata tidak, bukan, atau kecuali) atau apabila menggunakan kalimat negatif, fakta diberi penekanan dengan garis 5. jumlah soal cukup proposional							
<b>II</b>	Bahasa 1. Bahasa yang							

	digunakan sesuai dengan ejaan yang disempurnakan 2. Menggunakan bahasa yang sederhana dan mudah dipahami 3. Menggunakan istilah (kata-kata) yang dikenal							
--	--	--	--	--	--	--	--	--

1. Bahasa yang digunakan sesuai dengan ejaan yang disempurnakan							
2. Menggunakan bahasa yang sederhana dan mudah dipahami							
3. Menggunakan istilah (kata-kata) yang dikenal							

**C. Penilaian umum**

1. Dapat digunakan tanpa revisi
2. Dapat digunakan dengan revisi kecil
3. Dapat digunakan dengan revisi besar
4. Belum dapat digunakan

**D. Komentar dan Saran Perbaikan**

*Sudah dapat diterima kemudian meluluskan*  
*penelitian*

Makassar, 27 April 2018

Validator



**Dr. Mustari. S.E., M.S**

**NIP. 19710705 200701 1 1001**



KUESIONER PENELITIAN

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEBERHASILAN UMKM  
BERBASIS EKONOMI KREATIF DI KOTA MAKASSAR

YTH. Bapak/Ibu Saudara

Pelaku Usaha UMKM

Di Kota Makassar

Dengan Hormat

Dalam rangka penyusunan skripsi sebagai tugas akhir dan sesuai dengan tema tersebut diatas, maka saya memberitahukan bahwa saya akan menyelenggarakan survei penelitian dengan masyarakat pengusaha Usaha Mikro dan Kecil di kota Makassar

Sehubungan dengan hal tersebut, maka saya mohon bantuan Bapak/Ibu/ Saudara untuk bersedia mengisi angket sesuai dengan Faktor-faktor keberhasilan usaha. Saya menjamin kerahasiaan penuh informasi yang Bapak/Ibu/Saudara berikan. Kemudian kerjasama dan kesedianya untuk meluangkan waktu mengisi angket ini, saya ucapkan terima kasih banyak atas bantuannya. Mudah-mudahan yang Bapak/Ibu/Saudara berikan dapat mendukung penyelesaian tugas ini.

Atas perhatiannya saya ucapkan banyak terima kasih.

PENELITI

NURSALINA

## **I. PETUNUJUK PENGISIAN KUESIONER**

1. Jawablah pertanyaan masing-masing dibawah ini sesuai dengan penelitian saudara mengenai “Faktor-faktor yang Mempengaruhi keberhasilan UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif“ .
2. Pilihlah salah satu jawaban dari kelima alternative jawaban dengan cara memberikan tanda centang (√) pada salah satu kolom jawaban yang telah tersedia.
3. Keterangan jawaban sebagai berikut:

Pilihan Jawaban	Keterangan	Skor
(SS)	Sangat setuju (SS)	4
(S)	Setuju (S)	3
(KS)	Kurang setuju (KS)	2
(TS)	Tidak setuju(TS)	1

## **II. IDENTITAS RESPONDEN**

1. Nama :
2. Jenis Kelamin:
3. Umur:
4. Jenis Usaha :
5. Penghasilan :

### III. PERTANYAAN

No	Pertanyaan	Pilihan Jawaban			
		SS	S	TS	STS
<b>a.</b>	<b>Minat Bewirausaha (X<sub>1</sub>)</b>				
1.	Saya suka menciptakan sesuatu hal yang baru dan menarik				
2.	Saya suka pada tantangan dan mampu mengambil resiko				
3.	Saya suka menciptakan sesuatu hal kreatif				
4.	Saya takut gagal saat memulai usaha				
<b>b.</b>	<b>Jaringan (X<sub>2</sub>)</b>				
1.	Sosial media adalah salah satu tempat jaringan usaha				
2.	Beberapa orang dalam jaringan suatu usaha akan mendatangkan keuntungan.				
3.	Saya menggunakan media sosial sebagai bagian dari jaringan usaha saya.				
4.	Saya memiliki jaringan usaha dalam mencapai target besar dalam usaha saya.				
<b>c.</b>	<b>Merek (X<sub>3</sub>)</b>				

1.	Merek dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk				
2.	Konsumen akan loyal pada suatu merek jika produknya dapat member kepuasan				
3.	Merek sangat penting dalam suatu usaha				
4.	Kepuasan konsumen bukan pada merek suatu produk				
<b>d.</b>	<b>Promosi (X<sub>4</sub>)</b>				
1.	Ketetapan atau kesesuaian sasaran promosi merupakan faktor yang diperlukan untuk mencapai target yang di inginkan.				
2.	Kualitas Promosi dapat mempengaruhi perhatian konsumen dengan memberi suatu informasi yang akan menarik konsumen untuk membeli produk.				
3.	Ketetapan atau kesesuaian sasaran promosi berpengaruh terhadap pencapaian target yang saya inginkan.				
4.	Kualitas promosi berpengaruh pada				

	keberhasilan usaha saya				
<b>e.</b>	<b>Keberhasilan Usaha (Y)</b>				
1.	Permodalan saya sudah terpenuhi				
2.	Jumlah pelanggan mengalami peningkatan dari waktu ke waktu				
3.	Jumlah karyawan saya bertambah				
4.	Volume penjualan selalu mengalami peningkatan				

**saya suka menciptakan sesuatu yang baru dan menarik**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	kurang setuju	1	1,0	1,0	1,0
	setuju	26	26,0	26,0	27,0
	sangat setuju	73	73,0	73,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

**saya suka pada tantangan dan mampu mengambil resiko**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	kurang setuju	1	1,0	1,0	1,0
	setuju	14	14,0	14,0	15,0
	sangat setuju	85	85,0	85,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

**saya suka menciptakan suatu hal yang baru**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	kurang setuju	1	1,0	1,0	1,0
	setuju	40	40,0	40,0	41,0
	sangat setuju	59	59,0	59,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

**saya takut gagal saat memulai usaha**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak setuju	43	43,0	43,0	43,0
	kurang setuju	45	45,0	45,0	88,0
	setuju	8	8,0	8,0	96,0
	sangat setuju	4	4,0	4,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

**sosial media adalah salah satu tempat jaringan usaha**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak setuju	4	4,0	4,0	4,0
	kurang setuju	4	4,0	4,0	8,0
	Setuju	74	74,0	74,0	82,0
	sangat setuju	18	18,0	18,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

**beberapa orang dalam jaringan suatu usaha akan mendatangkan keuntungan**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	kurang setuju	1	1,0	1,0	1,0
	Setuju	36	36,0	36,0	37,0
	sangat setuju	63	63,0	63,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

**saya menggunakan media sosial sebagai bagian dari jaringan usaha saya**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak setuju	1	1,0	1,0	1,0
	kurang setuju	7	7,0	7,0	8,0
	Setuju	69	69,0	69,0	77,0
	sangat setuju	23	23,0	23,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

**saya memiliki jaringan dalam mencapai target besar dalam usaha saya**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	kurang setuju	5	5,0	5,0	5,0
	Setuju	27	27,0	27,0	32,0
	sangat setuju	68	68,0	68,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

**merek dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Setuju	24	24,0	24,0	24,0
	sangat setuju	76	76,0	76,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

**konsumen akan loyal pada suatu merek jika produknya dapat member kepuasan**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak setuju	1	1,0	1,0	1,0
	kurang setuju	2	2,0	2,0	3,0
	setuju	22	22,0	22,0	25,0
	sangat setuju	75	75,0	75,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

**merek sanga penting dalam suatu usaha**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak setuju	3	3,0	3,0	3,0
	kurang setuju	4	4,0	4,0	7,0
	setuju	15	15,0	15,0	22,0
	sangat setuju	78	78,0	78,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

**kepuasaan konsumen bukan terletak pada merek**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak setuju	37	37,0	37,0	37,0
	kurang setuju	42	42,0	42,0	79,0
	setuju	14	14,0	14,0	93,0



**ketetapan atau kesesuaian sasaran promosi merupakan faktor yang diperlukan untuk mencapai target yang di inginkan**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak setuju	2	2,0	2,0	2,0
	kurang setuju	5	5,0	5,0	7,0
	setuju	48	48,0	48,0	55,0
	sangat setuju	45	45,0	45,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

**kualitas promosi dapat mempengaruhi perhatian konsumen dengan memberi suatu informasi yang akan menarik konsumen untuk membeli produk**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak setuju	3	3,0	3,0	3,0
	kurang setuju	6	6,0	6,0	9,0
	setuju	43	43,0	43,0	52,0
	sangat setuju	48	48,0	48,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

**ketetapan atau kesesuaian sasaran promosi berpengaruh terhadap pencapaian target yang saya inginkan**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	kurang setuju	5	5,0	5,0	5,0
	setuju	48	48,0	48,0	53,0
	sangat setuju	47	47,0	47,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

**kualitas promosi berpengaruh pada keberhasilan usaha saya**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak setuju	5	5,0	5,0	5,0
	kurang setuju	4	4,0	4,0	9,0
	setuju	37	37,0	37,0	46,0
	sangat setuju	54	54,0	54,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

**permodalan saya sudah terpenuhi**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	kurang setuju	1	1,0	1,0	1,0
	setuju	14	14,0	14,0	15,0
	sangat setuju	84	84,0	84,0	99,0
	5,00	1	1,0	1,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

**jumlah pelanggan mengalami peningkatan dari waktu ke waktu**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	setuju	67	67,0	67,0	67,0
	sangat setuju	33	33,0	33,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

**jumlah kariyawan saya bertambah**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	kurang setuju	5	5,0	5,0	5,0
	setuju	74	74,0	74,0	79,0
	sangat setuju	21	21,0	21,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

**volume penjualan selalu mengalami peningkatan**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	kurang setuju	2	2,0	2,0	2,0
	setuju	31	31,0	31,0	33,0
	sangat setuju	67	67,0	67,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

**Descriptive Statistics**

	Mean	Std. Deviation	N
Keberhasilan_Usaha	13,9700	1,15867	100
Minat_Berwirausaha	12,8700	1,33829	100
Jaringan	13,4500	1,16667	100
Merek	13,0600	1,26985	100
Promosi	13,5400	1,71988	100

**Correlations**

		Keberhasilan_Usaha	Minat_Berwirausaha	Jaringan	Merek	Promosi
Pearson Correlation	Keberhasilan_Usaha	1,000	,115	,197	,015	,348
	Minat_Berwirausaha	,115	1,000	,051	,248	,066
	Jaringan	,197	,051	1,000	-,039	,260
	Merek	,015	,248	-,039	1,000	-,029
	Promosi	,348	,066	,260	-,029	1,000
Sig. (1-tailed)	Keberhasilan_Usaha	.	,128	,025	,441	,000
	Minat_Berwirausaha	,128	.	,308	,006	,257
	Jaringan	,025	,308	.	,351	,004
	Merek	,441	,006	,351	.	,388

	Promosi	,000	,257	,004	,388	.
N	Keberhasilan Usaha	100	100	100	100	100
	Minat_Berwirausaha	100	100	100	100	100
	Jaringan	100	100	100	100	100
	Merek	100	100	100	100	100
	Promosi	100	100	100	100	100

#### Variables Entered/Removed<sup>a</sup>

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Promosi, Merek, Minat_Berwirausaha, Jaringan <sup>b</sup>	.	Enter

a. Dependent Variable: Keberhasilan\_Usaha

b. All requested variables entered.

#### Collinearity Diagnostics<sup>a</sup>

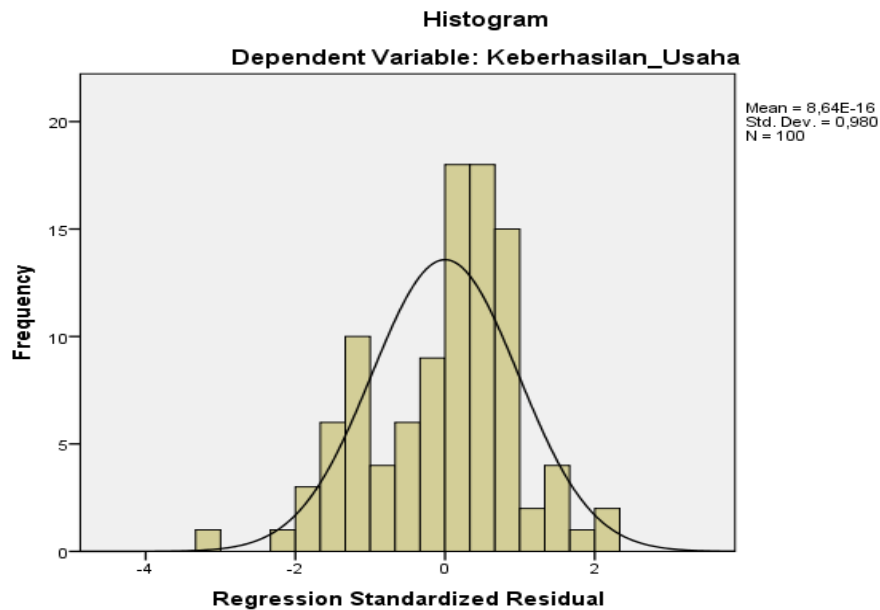
Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions				
				(Constant)	Minat_Berwirausaha	Jaringan	Merek	Promosi
1	1	4,968	1,000	,00	,00	,00	,00	,00
	2	,015	18,472	,00	,10	,01	,12	,61
	3	,008	25,345	,01	,58	,33	,04	,19
	4	,007	25,997	,00	,23	,25	,56	,16
	5	,002	45,444	,98	,08	,41	,27	,03

a. Dependent Variable: Keberhasilan\_Usaha

### Residuals Statistics<sup>a</sup>

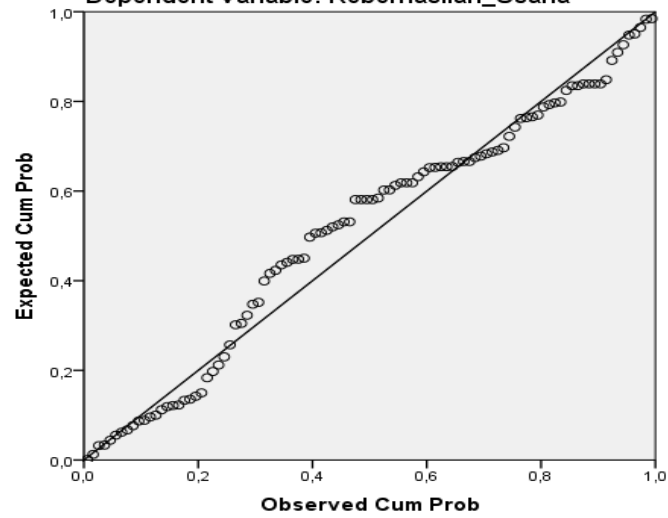
	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	12,5357	14,7158	13,9700	,43499	100
Std. Predicted Value	-3,297	1,715	,000	1,000	100
Standard Error of Predicted Value	,123	,478	,235	,070	100
Adjusted Predicted Value	12,4267	14,7577	13,9721	,43937	100
Residual	-3,31576	2,37244	,00000	1,07392	100
Std. Residual	-3,024	2,164	,000	,980	100
Stud. Residual	-3,219	2,341	-,001	1,013	100
Deleted Residual	-3,75639	2,77602	-,00208	1,14946	100
Stud. Deleted Residual	-3,393	2,399	-,003	1,026	100
Mahal. Distance	,251	17,835	3,960	3,261	100
Cook's Distance	,000	,275	,014	,036	100
Centered Leverage Value	,003	,180	,040	,033	100

a. Dependent Variable: Keberhasilan\_Usaha



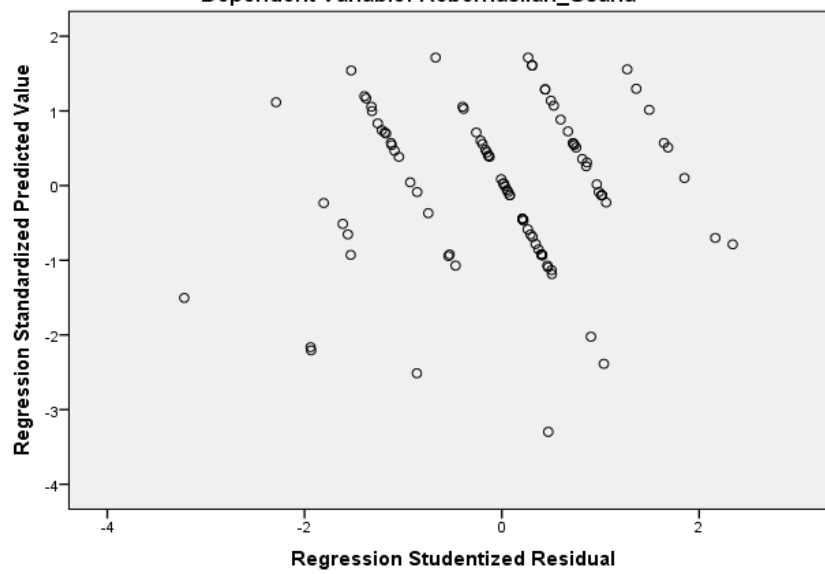
**Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual**

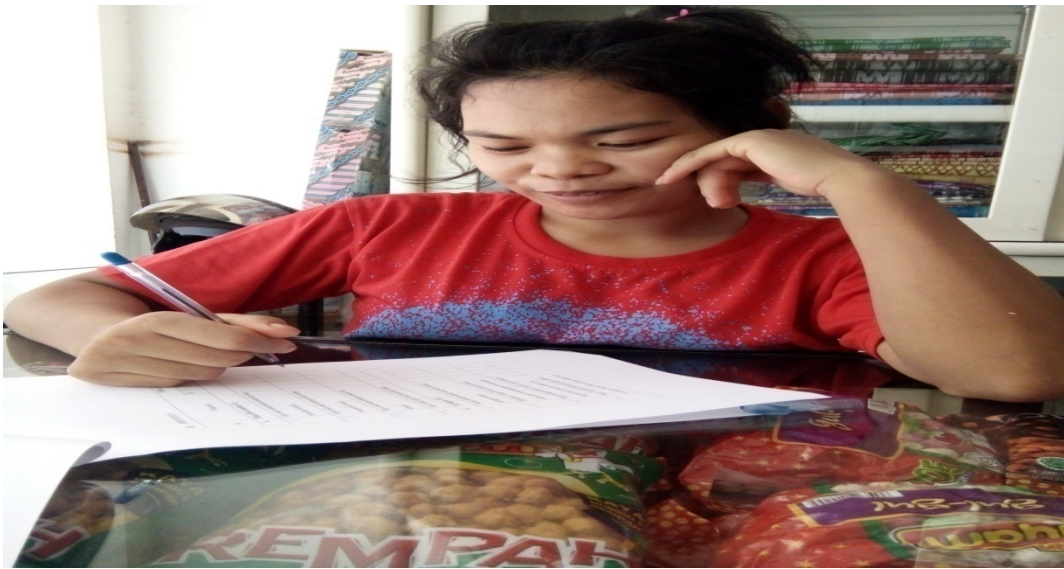
**Dependent Variable: Keberhasilan\_Usaha**



**Scatterplot**

**Dependent Variable: Keberhasilan\_Usaha**

















**DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL  
UNIVERSITAS NEGERI MAKASSAR  
FAKULTAS EKONOMI**

Alamat: Kampus UNM Gunungsari Baru Jl. A.P. Pettarani Makassar kode pos 90222

**PENGAJUAN JUDUL PROPOSAL**

Perihal : Pengajuan Judul/Tema Penelitian S1  
Kepada Yth : Ketua Jurusan Pendidikan Ekonomi  
Di \_\_\_\_\_  
Tempat \_\_\_\_\_

Dengan hormat kami sampaikan bahwa saya :

Nama : NURSALINA  
Nim : 1494043009  
Semester : VII  
Program Studi : Pendidikan Ekonomi

Telah melakukan konsultasi masalah yang akan disajikan dalam skripsi dengan dosen penasehat akademik saya, maka dengan ini saya mengajukan judul atau tema penelitian dalam rangka mengikuti mata kuliah tugas akhir sebagai berikut :

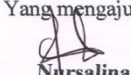
1. PENGARUH GAYA KEPEMIMPINAN TERHADAP MOTIVASI KINERJA KARIYAWAN PT BOGATAMA MARINUSA KAWASAN INDUSTRI MAKASSAR
2. PENGARUH LATAR BELAKANG PENDIDIKAN TERHADAP ETOS KERJA PEGAWAI DEPARTEMEN AGAMA KABUPATEN TANA TORAJA
3. FAKTOR-FAKTOR KEBERHASILAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH BERBASIS EKONOMI KREATIF

Untuk dijadikan bahan pertimbangan dalam penentuan tim pembimbing sesuai disiplin keilmuan yang relevan dengan judul/tema penelitian ini.

Dengan penyampaian kami, atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

**Makassar, 24 Maret 2017**

Menyetujui  
Penasihat Akademik  
  
**Muhammad Dinar, SE, M.Si**  
NIP. 19591217 198702 1 001

Yang mengajukan  
  
**Nursalina**  
NIM. 1494043009





**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
UNIVERSITAS NEGERI MAKASSAR  
FAKULTAS EKONOMI**

*Jl. A. P. Pettarani Kampus UNM Gunungsari Baru Makassar Telp. (0411) 889464*

**PERSETUJUAN JUDUL DAN CALON PEMBIMBING**

**A. IDENTITAS**

1. Nama : NURSALINA
2. Nomor Stambuk / NIM : 1494043009
3. Tempat/Tgl. Lahir : Toraja 24 September 1995
4. Program Studi : Pendidikan Ekonomi
5. Fakultas : Ekonomi

**B. JUDUL SKRIPSI YANG DISETUJUI**

“FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEBERHASILAN USAHA  
MIKRO KECIL DAN MENENGAH BERBASIS EKONOMI”

**C. PEMBIMBING YANG DITUNJUK**

No	Nama Pembimbing/NIP	Tanda Tangan
1.	<u>Muhammad Dinar, SE.M.Si</u> Nip. 19591217 198702 1 002	1.
2.	<u>Dr. Mustari. S.E., M.S</u> Nip. 19710705200701 1 1001	2.

Makassar, 8 Februari 2018






Ketua Program Studi Pendidikan Ekonomi



Muhammad Dinar, SE.M.Si  
Nip. 19591217 198702 1 002

**TANDA TERIMA PROPOSAL  
HADIR SESUAI JADWAL UJIAN**

Nama : Nursalina  
Prodi : Pendidikan Ekonomi  
Hari/Tanggal : 16 April 2018  
Waktu : 09.00 WITA  
Tempat : Ruang Seminar

No	Nama Dosen/Nip	Tanda Tangan
1	Ketua Program Studi Muhammad Dinar, SE., M.S	1..... 
2	Pembimbing I Muhammad Dinar, SE., M.S	2..... 
3	Pembimbing II <u>Dr. Mustari. S.E.,M.S</u>	3..... 
4	Penanggap Dra. Tuti Supatminingsih, SE.,M.Si	4..... 
5	Moderator Yulnita Muchtar S.Pd	5..... 

Makassar, 16 April 2018

Ketua Program Studi  
Pendidikan Ekonomi  
  
Muhammad Dinar, SE.M.S  
NIP. 19591217 198702 1 002





**KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI**  
**UNIVERSITAS NEGERI MAKASSAR**  
**FAKULTAS EKONOMI**

*Jl. A.P Pettarani Kampus UNM Gunung Sari Baru Makassar Telp. (0411)885105*

**EVALUASI PERBAIKAN PROPOSAL**

Nama : Nursalina  
Nim : 1494043009  
Prodi : Pendidikan Ekonomi

NO	NAMA PEMBIMBING/PENGUJI	SARAN	KET	TANDA TANGAN
1	Pembimbing I Muhammad Dinar, SE, M.S. Nip.19591217 198702 1 002	Menentukan batasan UMKM yang akan diteliti	Saran	
2	Pembimbing 2 Dr. Mustari, S.E.,M.S 1970705 200701 1 1001		Saran	
3	Penanggap 1 Dra. Supatminingsih SE, M.Si 19610402 198610 2 001	Pada latar belakang memperjelas masalah dan menentukan batasan UMKM yang akan di teliti serta mencari data Populasi UMKM	Saran	

Makassar 25 April 2018

Ketua Prodi Pendidikan Ekonomi

**Muhammad Dinar, S.E., M.S.**  
**NIP.19591217 198702 1 002**



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI  
UNIVERSITAS NEGERI MAKASSAR  
FAKULTAS EKONOMI  
Jl. A. P. Pettarani Kampus Gunungsari Baru Makassar Telp. 889464

Hal : Persetujuan Waktu Ujian Skripsi

Kepada

Yth : Bapak/Ibu Dosen Pembimbing/Penguji/Penanggap/Sekretaris

Di

Tempat

Dalam rangka Seminar Proposal/Seminar Hasil/Ujian Skripsi mahasiswa :

Nama : Nursalina


Nim : 1494043009

Dimohon kesediaan bapak/ibu dosen untuk memberikan persetujuan waktu ujian :

No	Nama Dosen	Jabatan	Waktu Yang Disediakan	Tanda Tangan
1	Dr. H. Muhammad Azis, M.Si	Ketua	Selasa, 14 Agustus 2018 Pukul 14.00 WITA	1.....
2	Sahade, S.Pd., M.Pd.	Wakil Ketua		2.....
3	Muhammad Hasan, S.Pd., M.Pd	Sekretaris		3.....
4	Muhammad Dinar, S.E., M.S	Pembimbing I		4.....
5	Dr. Mustari, S.E., M.Si	Pembimbing II		5.....
6	Dr. Tuti Supatminingsih, SE., M.Si	Penanggap I		6.....
7	Prof. Dr. Ir. H. Ilham Thaief, MM, MBA, IPM	Penanggap II		7.....

Makassar, 09 Agustus 2018

Ketua Program Studi  
Pendidikan Ekonomi

  
**Muhammad Dinar, S.E., M.S.**  
NIP. 19591217 198702 1 002





**KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI  
UNIVERSITAS NEGERI MAKASSAR  
FAKULTAS EKONOMI**

Alamat: Jl. A. P. Pettarani Kampus Gunungsari Baru Makassar Telp. 889464

**SURAT KEPUTUSAN**

Nomor: 4437/UN.36.22/KM/2018

**DEKAN FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS NEGERI MAKASSAR**

Membacakan : Surat Ketua Program Studi Pendidikan Ekonomi  
Nomor: 4437/UN.36.22/KM/2018

Mengingat : 1. Undang – undang No 20 Tahun 2003  
2. Peraturan Pemerintah No 60 Tahun 1999  
3. Keputusan Presiden Nomor 93 tahun 1999  
4. Keputusan Mendikbud Nomor 277/0/Tahun 1999  
5. Keputusan Mendiknas Nomor 025/0/Tahun 2002  
6. Keputusan Rektor UNM Nomor 1073/PP/2010  
7. Keputusan Kemendikbid Nomor 48 Tahun 2011  
8. Keputusan Rektor Nomor 05/UN.36/KP/2012

**MEMUTUSKAN**

Menetapkan : Dosen yang tersebut namanya di bawah ini sebagai Panitia Ujian Skripsi Mahasiswa:  
Nama : Nursalina  
Stambuk : 1494043009  
Program Studi : Pendidikan Ekonomi  
Dengan Judul Skripsi sebagai berikut:

“ Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha Mikro Kecil Berbasis Ekonomi Kreatif di Kota Makassar “.

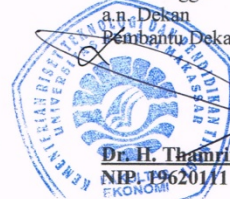
Dengan susunan panitia Ujian Skripsi sebagai berikut:

1. Ketua : Dr. H. Muhammad Azis, M.Si
2. Wakil Ketua : Sahade, S.Pd.,M.Pd
3. Sekretaris : Muhammad Hasan, S.Pd.,M.Pd
4. Anggota
  - 4.1. Pembimbing I : Muhammad Dinar, S.E.,M.S
  - 4.2. Pembimbing II : Dr.Mustari, S.E.,M.Si
  - 4.3. Penguji I : Dr. Tuti Supatminingsih, SE.,M.Si
  - 4.4. : Penguji II : Prof. Dr. Ir. H. Ilham Thaief, MM, MBA, IPM

Panitia Ujian Skripsi bertugas memeriksa dan menilai skripsi mahasiswa tersebut sesuai dengan peraturan dan pedoman penilaian.

Ditetapkan di : Makassar  
Pada Tanggal : 10 Agustus 2018

a.n Dekan  
Pembantu Dekan Bidang Akademik



**Dr. H. Thamrin Tahir, M.Si**  
NIP. 196201/1 198702 1 001





KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI  
UNIVERSITAS NEGERI MAKASSAR  
FAKULTAS EKONOMI

Jl. A. P. Pettarani Kampus Gunung Sari Baru Makassar Telp. 889464

BUKTI HASIL PERBAIKAN PERSETUJUAN

Nama : Nursalina  
Nim : 1494043009  
Prodi : Pendidikan Ekonom  
Judul : Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha  
Mikro Kecil Berbasis Ekonomi Kreatif di Kota Makassar.

No	Pembimbing/Penanggap	Saran	Ket.	Tanda Tangan
1	Pemimbing I Muhammad Dinar, SE.,M.S	-		
2	Pembimbing II Dr. Mustari, S.E., M.Si	Memperbaiki susunan rumusan masalah dan susunan kerangka berfikir.	Telah diperbaiki	
3	Penanggap I Dr. Tuti Supatminingsih, SE., M.Si	Memperjelas UMKM di definisi dan meyertakan pengertian ekonomi kreatif di operasional variabel.	Telah diperbaiki	
3	Penanggap II Prof. Dr. Ir. H. Ilham Thaief, MM, MBA, IPM	Memperbaiki Abstrak. Memperbaiki perbedaan Usaha Mikro, Usaha Kecil, Usaha Menengah. Memperbaiki penyusunan Daftar Pustaka.	Telah diperbaiki	

Makassar 10 Juli 2018

Kepada Program Studi  
Pendidikan Ekonomi FE UNM

Muhammad Dinar SE., M.S  
Nip. 19591217198702 1 002



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI  
UNIVERSITAS NEGERI MAKASSAR  
FAKULTAS EKONOMI

Alamat: Jl. A. P. Pettarani Kampus Gunungsari Baru Makassar Telp. 889464

Makassar, 10 Agustus 2018

No : 4438/UN.36.22/KM/2018  
Lamp : Skripsi  
Hal : Undangan Ujian Skripsi

Nama : Nursalina  
NIM : 1494043009  
Program Studi : Pendidikan Ekonomi

Kepada  
Yth.

- |                  |   |
|------------------|---|
| 1. Ketua         | : Dr. H. Muhammad Azis, M.Si                  |
| 2. Wakil ketua   | : Sahade, S.Pd., M.Pd                         |
| 3. Sekretaris    | : Muhammad Hasan, S.Pd., M.Pd                 |
| 4. Pembimbing I  | : Muhammad Dinar, S.E., M.S                   |
| 5. Pembimbing II | : Dr. Mustari, S.E., M.Si                     |
| 6. Penguji I     | : Dr. Tuti Supatminingsih, S.E, M.Si          |
| 7. Penguji II    | : Prof. Dr. Ir. H. Ilham Thaief, MM, MBA, IPM |

Dengan hormat kami mengharapkan kehadiran Bapak/Ibu untuk menguji Skripsi Mahasiswa tersebut di atas yang akan diadakan Insya Allah pada:

Hari/Tanggal : Selasa, 14 Januari 2018  
Pukul : 14.00 Wita – Selesai  
Tempat : Ruang Seminar

Atas kehadiran dan kerjasama Bapak/Ibu kami ucapkan terima kasih.

a.n. Dekan  
Pembantu Dekan Bidang Akademik

  
**Dr. H. Thamrin Tahir, M.Si**  
NIP. 19620111 198702 1 001

Catatan:

1. Kiranya penguji berpakaian safari atau kemeja berdasi
2. Mohon jika penguji berhalangan diinformasikan secepatnya.



UNIVERSITAS NEGERI MAKASSAR  
FAKULTAS EKONOMI

Alamat : Kampus Gunung Sari Baru Makassar Telepon : 0411-889464 – 881244 Fax. (0411) 88946

Nomor : 2818/UN36.22/PL/2018  
Lampiran : 1 Proposal  
Hal : **Permohonan Izin Penelitian**

Kepada Yth.  
Gubernur Provinsi Sulawesi Selatan  
Cq. Kepala Dinas Penanaman Modal dan PTSP Prov. SulSel  
di  
Tempat

Dengan hormat,  
Dimohon dengan kiranya kepada mahasiswa yang tersebut namanya dibawah ini, dapat diberikan izin mengadakan penelitian untuk keperluan penelitian data dalam rangka penulisan skripsi:

Nama : NURSALINA  
NIM : 1494043009  
Program Studi : Pendidikan Ekonomi

Dosen Pembimbing :  
1. **Muhammad Dinar, S.E., M.S.**  
2. **Dr. Mustari, S.E., M.Si**

Masalah yang diteliti :  
**“FAKTOR - FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEBERHASILAN UMKM  
BERBASIS EKONOMI KREATIF DI KOTA MAKASSAR”**

Atas bantuan dan kerjasama Bapak kami ucapkan terima kasih.

Makassar, 26 April 2018  
Pembantu Dekan Bidang  
Akademik  
Fakultas Ekonomi  
Universitas Negeri Makassar,







**PEMERINTAH KOTA MAKASSAR**  
**DINAS KOPERASI DAN USAHA KECIL MENENGAH**  
Jalan Jenderal Achmad Yani No.02 Makassar 90111 Telp. (0411) 361 4342

**SURAT KETERANGAN PENELITIAN**

Nomor : 070/142.6/DisKop-UKM/V/2018

Berdasarkan Surat Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kota Makassar Nomor 070/505-II/BKBP/V/2018 Tanggal 27 April 2018 Perihal Izin Penelitian. Maka yang bertanda tangan dibawah ini Kepala Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Kota Makassar dengan ini menerangkan :

Nama : **NURSALINA**  
Nim/ Jurusan : 1494043009/ Pendidikan Ekonomi  
Pekerjaan : Mahasiswa (S1) UNM  
Alamat : Jl. AP. Pettarani, Makassar  
Judul : **"FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEBERHASILAN  
UMKM BERBASIS EKONOMI KREATIF DI KOTA MAKASSAR"**

Benar telah melaksanakan penelitian terhitung sejak tanggal 02 Mei s/d 01 Juni 2018 pada Pengusaha Mikro Kecil dan Menengah Berbasis Ekonomi Kreatif di Kota Makassar.

Demikian Surat Keterangan Penelitian ini diberikan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Makassar, 07 Mei 2018

a.n. Kepala Dinas,  
Sekretaris

  
**DANIEL KATTO, SE, MM**  
Pangkat Pembina Tk.I  
NIP. 19650404 199202 1004



PEMERINTAH PROVINSI SULAWESI SELATAN  
**DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU**  
BIDANG PENYELENGGARAAN PELAYANAN PERIZINAN

Nomor : 5254/S.01/PTSP/2018  
Lampiran :  
Perihal : Izin Penelitian

Kepada Yth.  
Walikota Makassar

di-  
Tempat

Berdasarkan surat Pembantu Dekan Bid. Akademik FE UNM Makassar Nomor : 2818/UN36.22/PL/2018 tanggal 26 April 2018 perihal tersebut diatas, mahasiswa/peneliti dibawah ini:

Nama : **NURSALINA**  
Nomor Pokok : 1494043009  
Program Studi : Pend. Ekonomi  
Pekerjaan/Lembaga : Mahasiswa(S1)  
Alamat : Jl. AP. Pettarani, Makassar

Bermaksud untuk melakukan penelitian di daerah/kantor saudara dalam rangka penyusunan Skripsi, dengan judul :

**" FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEBERHASILAN UMKM BERBASIS EKONOMI KREATIF DI KOTA MAKASSAR "**

Yang akan dilaksanakan dari : Tgl. **01 Mei s/d 01 Juni 2018**

Sehubungan dengan hal tersebut diatas, pada prinsipnya kami *menyetujui* kegiatan dimaksud dengan ketentuan yang tertera di belakang surat izin penelitian.

Demikian Surat Keterangan ini diberikan agar dipergunakan sebagaimana mestinya.

Diterbitkan di Makassar  
Pada tanggal : 27 April 2018

A.n. GUBERNUR SULAWESI SELATAN  
KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU  
PINTU PROVINSI SULAWESI SELATAN  
Selaku Administrator Pelayanan Perizinan Terpadu



**A. M. YAMIN, SE., MS.**  
Pangkat : Pembina Utama Madya  
Nip : 19610513 199002 1 002

Tembusan Yth  
1. Pembantu Dekan Bid. Akademik FE UNM Makassar di Makassar;  
2. *Pertinggal.*

SIMAP PTSP 27-04-2018



Jl. Bougenville No.5 Telp. (0411) 441077 Fax. (0411) 448936  
Website : <http://p2tbkpmmd.sulselprov.go.id> Email : [p2t\\_provsulsel@yahoo.com](mailto:p2t_provsulsel@yahoo.com)  
Makassar 90222



## RIWAYAT HIDUP



Nursalina, biasa disapa nhur. Penulis adalah anak ke lima dari enam bersaudara dari pasangan Dolling dan Sania. Penulis lahir pada tanggal 24 September 1996 di Toraja, Sulawesi Selatan. Penulis memulai pendidikan Sekolah Dasar (SD) pada tahun 2002-2008 di SDN 06 Pangandaran Kabupaten Tana Toraja.

Pada tahun 2008-2011 menempuh pendidikan sekolah menengah pertama di Madrasah Tsanawiyah Kaduaja Kabupaten Tana Toraja, kemudian penulis menyelesaikan pendidikan sekolah menengah atas di Madrasah Aliyah Negeri Makale Kabupaten Tana Toraja pada tahun 2014 dan terdaftar di perguruan tinggi pada tahun yang sama. Penulis diterima sebagai mahasiswa di Universitas Negeri Makassar, jurusan pendidikan ekonomi pada Fakultas ekonomi melalui jalur undangan SMNPTN. Selama menjadi mahasiswa, penulis mengikuti UKM (unit kegiatan mahasiswa) kelompok studi pasar modal universitas negeri Makassar sebagai staf hubungan masyarakat. Penulis juga mempunyai hobi yang salah satunya ialah mendengarkan musik dan genre musik yang paling sering didengar saat menyelesaikan skripsi ini ialah religi terkhusus lagu-lagu dari Maher Zin. Untuk memperoleh gelar sarjana strata satu, penulis menyusun skripsi yang berjudul **“Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha Mikro Kecil Berbasis Ekonomi Kreatif di Kota Makassar”**. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat untuk semua.

